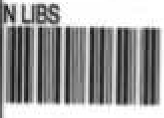
Breve historia del dibujo animado en la Argentina

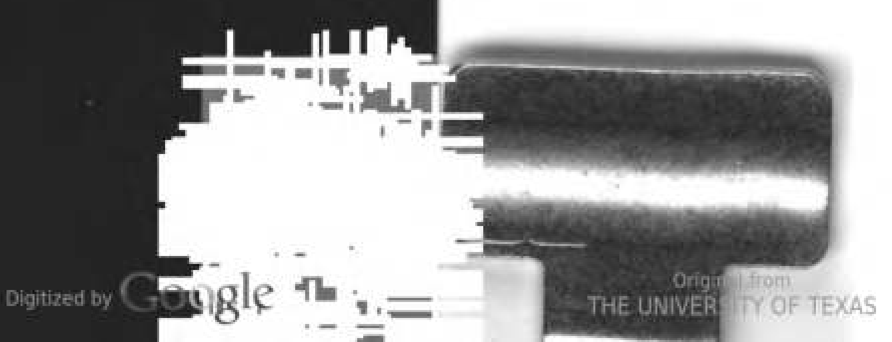
Raúl Manrupe

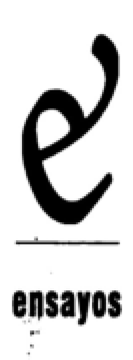






Raúl Manrupe (Buenos Aires, 1960) egresó de la Universidad del Salvador, de la carrera de Ciencias de la Educación y [illegible]icación Social. Publicó, junto con [illegible] Portela, *Un Diccionario de Films* [illegible]*s*, obra en dos tomos que recorre [illegible]los 1930-1995 y 1996-2002, [illegible]amente. Además, ha colaborado en [illegible] española de la enciclopedia [illegible] *Cartoons, 110 años de cine de* [illegible]*ón*, editada en 2003. Desde 1993, [illegible] *La Mirada Cautiva*, *Film* y *El amante* -entre otras publicaciones especializadas- notas de carácter histórico y de investigación sobre dibujos animados, ciencia ficción, cine negro y comedia.
Fue jefe de redacción de la revista *La Cosa* entre 1995 y 1997.
Luego de veinte años como creativo publicitario, en 2000 comienza a filmar, explorando la fusión entre música e imagen. Su trabajo incluye videoinstalaciones y cortos que combinan el documental con el clip como *Cruel en el Cartel* (2001) y *Danzarín* (2003), o la puesta en el Teatro Colón de *Luz y Sombra/ Una Historia del Jazz Contemporáneo* (2004), espectáculo que incluyó un concierto de la orquesta Jazz Ensemble.





ensayos

Manrupe, Raúl
Breve historia del dibujo animado en la Argentina. - 1° ed - Buenos Aires : Libros del Rojas, 2004.
170 p. ; 23x15 cm. - (Ensayos)

ISBN 987-1075-35-9

1. Dibujos Animados-Historia Argentina I. Título
CDD 741.580982



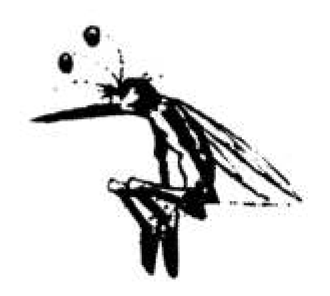
Universidad de Buenos Aires
Centro Cultural Rector Ricardo Rojas

Rector: Guillermo Jaim Etcheverry
Secretaria de Extensión Universitaria: Patricia Ángel
Director del CCRRR: Fabián Lebenglik
Coordinador de Publicaciones: Jorge Fondebrider

Diseño de tapa: Pablo Bolaños
Diseño de interior: Virginia Parodi / Daniel Sosa

Impreso en la Argentina
Hecho el depósito que previene la ley 11.723





Breve historia del dibujo animado en la Argentina

Raúl Manrupe

colaboradores:
María Alejandra Muñoz y Luis Lucchesi



Para Martín, que siempre se ríe con el *Droopy* duplicado.
Para Paula, que se divierte con *Coraje, el perro cobarde*.



Prólogo

Usted no puede poner a Chaplin dentro de una botella de leche.
Tex Avery

Cuando el Centro Cultural Ricardo Rojas me convocó para dictar un seminario sobre "Historia del Cine de Animación en la Argentina", me alegré y me preocupé. Por un lado, me permitiría tomar contacto con el público, hablando de una materia que siempre me atrajo y apasionó. Por el otro, se trataba de sumar mi aporte a un tema que, salvo casos aislados que se verán a lo largo del texto, está falto de historiadores y, por tanto, de una historia escrita.

Cuando se decidió que ese seminario tuviera continuación y testimonio en un libro, el desafío ya tuvo como meta la letra impresa.

Puesto a la tarea de ordenar el material relevado, lo primero que me llamó la atención fue el poco conocimiento que se tiene fronteras afuera de nuestro dibujo animado. Si el cine argentino tiene su lugar dentro de la historia universal como materia de estudio y, por su parte, la historieta nacional también tiene un capítulo de importancia en la saga del *comic* mundial, no ocurre lo mismo con el cine de animación local.

Investigando los motivos, llegamos a la conclusión casi curiosa de que podemos distinguir tres períodos claramente diferenciados en

cuanto a trascendencia. En primer lugar, encontramos una piedra basal de importancia y curiosidad en las películas pioneras de Quirino Cristiani.

A esta *belle époque* criolla le sigue una caída posterior, coincidente con la decadencia del apogeo conservador del primer tercio del siglo pasado; período éste caracterizado por luchas particulares más o menos anónimas, de guerras peleadas contra la falta de medios, la inaccesibilidad de tecnologías de avanzada y la falta de difusión o continuidad de lo que podríamos llamar la obra particular de cada creador. En esta categoría podrá ser ubicado tanto un empresario exitoso como Manuel García Ferré, así como el más ignorado de los realizadores independientes en Super 8. De un modo u otro, es un lapso por lo general ignorado de fronteras hacia fuera y que abarca nada menos que unos cuarenta años o más de la historia.

El tercer período es el que comienza en 1999, cuando la aparición de nuevas tecnologías, sumada a una conveniente realidad cambiaria, posibilitan un cierto auge del largometraje animado. Además facilitan la aparición de decenas de creadores que, con mayor o menor éxito, probarán la fortuna de expresarse con un dibujo animado, ocupando el sitio que en los años ochenta y mitad de los noventa pudo ser ocupado por la historieta, el *fanzine* o revista de tirada limitada. En este entorno conviven una *Manuelita,* éxito en boleterías, un *Mercano,* ganador de premios internacionales y una cantidad incontable e inclasificable de cortos, muchas veces de no más de un par de minutos, que circulan por la *web* y en algún que otro festival, generalmente poco o nada mencionado por los medios de información general o de cine en particular.

Esta es una breve historia que busca rescatar algunos de los nombres de una legión, por lo general anónima y siempre apasionada, y sus sueños.

La metodología elegida fue el relato cronológico, intercalando algunos testimonios de protagonistas y tratando de ubicar la realidad local dentro del contexto internacional, sea desde el punto de vista estético, comercial o cinematográfico. Dada la brevedad del texto, lo consideramos un punto de partida para futuras investigaciones. A efectos de brindar un panorama más claro y funcional al lector, se incluye al final del texto una cronología comparada de nuestro país y

el resto del mundo en la que, en lo posible, se han tratado de respetar los títulos de estreno en la Argentina.

Si el cine es ilusión, el cine de animación es lo imposible hecho realidad delante de nuestros ojos. Es un tópico decir que animar es dar vida. En este prólogo también prefiero tomar la otra acepción de la palabra, la que habla de dar ánimos. La mayoría de los creadores citados en esta obra lucharon para, en muchos casos, no ver ni proyectado en una sala de cine el producto de meses o años de sacrificios. Muchos son casi anónimos para el cine y su historia. En honor a la persistencia de sus utopías muchas veces solitarias y sus pequeños seres creados, se escribió este libro.

Raúl Manrupe, abril de 2004.

Arte y Dinero



Yo no trabajé nunca, yo me divertía con lo que hacía.
Quirino Cristiani, a Ernesto Alberto Grossi en *Clarín Revista*, septiembre de 1983.

Al comenzar a trazar una posible historia del cine de animación en la Argentina, es importante tener en cuenta el recorrido histórico del país a lo largo del último siglo y, de algún modo, qué significó "ser argentino" en cada una de las épocas que lo comprendieron.

Como materia de análisis deberá ser tenida en cuenta esa impronta de inmigrante dispuesto a hacer la América, del "acá también podemos hacerlo" que animó muchos inventos e intentos argentinos. Se trata de una frase-desafío que se podría aplicar tanto a la invención de un corazón artificial, la creación no ya de uno sino dos sistemas de cine en 3D durante los años cincuenta, o la utopía de fines del siglo pasado por crear cosas diferentes en Internet. Pero vamos a expresarnos mejor: al hablar de cosas diferentes, queremos significar que supongan un éxito económico superlativo y un reconocimiento internacional. Así son las cosas aquí.

A esto debe sumársele el criterio de "hágalo usted mismo" con el ingenio del "lo atamos con alambres", aplicado a la imposibilidad de conseguir insumos o recursos tecnológicos de última generación, origen de algunas de las mayores virtudes y peores deficiencias del arte argentino. A la luz de estos conceptos entenderemos mejor esta historia.

Sin la trascendencia del cine o el *comic* argentinos, el dibujo animado nacional oscila entre el silencio y los esfuerzos personales, con periódicos apoyos de grandes empresas, editoriales o multimedios,

según la época. Como lo definió el especialista Christian Aguirre,[1] esta es una historia de esfuerzos enormes, de luchas contra la falta de recursos, de aprendizajes sobre la marcha, prueba y error.

Como tantas cosas en la Argentina del siglo XX, comienza con una entrada por la puerta grande, con delirios de grandeza y a la vez dejando un hito, tal vez aislado, en el volumen de la historia universal: Quirino Cristiani.

Quirino Cristiani, pionero mundial (con un par de ideas de Federico Valle)

Nacido en 1896 en Santa Giuletta, Pavia, Italia, Quirino Cristiani desembarcó en el puerto de Buenos Aires cuando tenía cuatro años, formando parte de esa ola de niños europeos que llegaron para ser argentinos de la mano de sus padres inmigrantes.

Como cita su bisnieta en un trabajo inédito,[2] de adolescente y mientras estudiaba en la secundaria concurrió a la Academia de Bellas Artes, donde tomó contacto con pintores como Alfredo Guido, Ángel Vena y Lorenzo Gigli.

A los 19 años empezó a trabajar en *Cinematografía Valle*, comenzando a hacer dibujos para las célebres actualidades conocidas como *Cine Revista Valle*. En el dueño de la empresa, el también italiano Federico Valle, encontró un mecenas, patrón o socio.

Valle ya había experimentado con cierto tipo de animación en sus cortos "industriales" (hoy se los llamaría institucionales), al mostrar en dibujos con algún movimiento, detalles de, por ejemplo, el motor de un automóvil en funcionamiento, adelantándose en el uso de un recurso que en los años cincuenta se utilizaría bastante en programas educativos para televisión.[3]

El trabajo a desarrollar por el joven Cristiani fue, en principio, esquemático y simple: consistía en dibujar una figura política que iba incluida en la parte final del noticiero. Con el afán de los inventores, tan presente en la historia argentina del siglo pasado, ideó un sistema de animación con muñecos de cartón, que patentó en 1917. La primera demostración del prodigio técnico fue un corto independiente

---

[1] Entrevista con el autor en mayo de 2003.

[2] María de los Ángeles de Cecco, "El argentino que inventó el dibujo animado", nota inédita, 2002.

[3] Por ejemplo, el corto *Cómo se arma un Chevrolet*. Para una enumeración de parte de la extensa filmografía de Valle ver: Di Núbila, Domingo, *Cuando el cine fue aventura, El pionero Federico Valle*, Buenos Aires, Ediciones del Jilguero, 1996.

del *Film Revista*, en el que se caricaturizaba al entonces gobernador Marcelino Ugarte. Se llamó *La intervención a* (o *de* según la fuente) *la Provincia de Buenos Aires*. Fue una prueba para el proyecto mayor, que demandó siete meses de trabajo y llegaría a ser el primer largo animado de la historia del cine mundial: *El Apóstol*.

Nacido de Cinematografía Valle y su equipo, a partir del invento de Cristiani, el proyecto fue un sueño con mucho de bohemia, pero por cierto ligado a esa utopía comercial, al punto que antes de la terminación de la película ya se había llegado a un acuerdo con el empresario Guillermo Franchini para exhibirla exclusivamente en su sala, el Select, ubicado en la calle Suipacha 572.

Desde el punto de vista artístico, el proyecto también apuntó arriba. Para empezar, se contrató al caricaturista más destacado de la época: Diógenes Taborda.

Dentro de una tradición de caricatura política argentina iniciada en la época de la colonia, "El mono" Taborda era el dibujante más popular de la segunda década del siglo XX. Famoso por su sección "Hípicas" del diario *Crítica*, en la que ironizaba comentarios a partir de terminología de la jerga del *turf*, en 1922 había ideado una célebre y festejada caricatura antiyrigoyenista, titulada *El iluminado*, en la que el Presidente aparecía con una vela en la cabeza, en un momento en que la crítica a su figura era algo de todos los días.[4]

El trabajo tuvo en el joven Cristiani a un febril trabajador de prueba y error. Los dibujos, realizados a partir de las caricaturas de Taborda, en cartulina, con articulaciones y unidos con hilo negro se filmaron cuadro a cuadro con una cámara vertical. La falta de experiencia de los pioneros llevó muchas veces a repetir tomas, con cientos de metros de película descartados en principio por iluminación inadecuada. Los muñecos utilizados para la compleja y artesanal animación, están todavía al celoso cuidado de su nieto. Para la elaboración de los más de cincuenta y ocho mil dibujos necesarios, Cristiani contó con la colaboración de Vicente Cáceres, Manuel Espejo y Manuel Costa.

Otro esfuerzo de increíble audacia y minuciosidad lo constituyó el segmento de la película en el que la ciudad era destruida por rayos divinos. Para crear un mayor impacto, André Ducaud construyó una maqueta de siete metros de largo, en la que se reproducía Buenos Aires desde el puerto, con la presencia de sus edificios más destaca-

[4] Una historia que se repetiría tres décadas después con la figura de otro presidente radical, Arturo Illia.

dos como el Palacio de Obras Sanitarias, el Congreso, el Concejo Deliberante, el Teatro Colón, la Aduana vieja. Y decenas de barcos, autos, gente, todo en escala y con movimientos sincronizados. Una copia fiel, que para lograr el efecto apocalíptico deseado, se hizo creando toda una combinación de trucas y efectos especiales.

Entre de los adelantos técnicos de *El Apóstol*, también hay que mencionar un uso pionero de la rotoscopía, que consiste en filmar actores para después efectuar los dibujos sobre esa referencia, a fin de dar una ilusión de movimiento. El ejemplo se dio en un tango que en el resultado final bailaba el Yrigoyen animado y que se filmó con una pareja real de bailarines.

El Apóstol tuvo una duración de setenta minutos, o mil setecientos metros. El libreto lo escribió el colaborador habitual de Valle, Alfonso de Laferrère. Se exhibió durante tres meses consecutivos, hasta en siete secciones. A pesar de la aceptación de la gente, no pudo recuperar el dinero invertido.

Pero el éxito de Valle y sus actualidades, más el trabajo del estudio como realizador de intertítulos de películas, daba respaldo como para encarar los proyectos más osados.

El hundimiento del buque argentino *Monte Protegido* por parte de un submarino alemán, hacia fines de la Primera Guerra mundial, derivó en un incidente en el que la administración radical se vio comprometida en su intención de mantener la neutralidad planteada durante todo el conflicto. El embajador alemán Carlos de Luxburg fue finalmente expulsado del país, que no obstante no rompió relaciones con Alemania, hecho que fue criticado por la sociedad, con blanco en Yrigoyen y su canciller Honorio Pueyrredón. El conocimiento de instrucciones expresas del embajador dando la orden de que se hundieran barcos argentinos "sin dejar rastros", dio pie al título de un corto animado dirigido por Cristiani, con argumento de José Bayoni y producido por Valle en un intento de cine de explotación.[5]

Sin dejar rastros se exhibió sólo una vez en el cine Select Lavalle, pero fue prohibido de inmediato por la Municipalidad para evitar un incidente diplomático, con lo que el corto hizo justicia a su título y desapareció de la escena.

Con otros dos destacados dibujantes, Ramón Columba y el uru-

[5] El incidente también había motivado una historieta de Ramón Columba en Páginas de Columba. Puede verse en Oscar E. Vázquez, Lucio (Siulnas), *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina. Tomo 1/1801/1939*, Eudeba, Buenos Aires, 1985, pág. 282.



guayo Pelele (Pedro Ángel Zavalla),[6] Cristiani intentaría otra sátira en 1922, con cañones apuntando a la figura de Marcelo T. de Alvear. El corto se llamó *La vuelta de Marcelo...*[7] y tampoco quedan rastros.

La labor monumental del francés Decaud en la maqueta de *El Apóstol* sería el punto de partida para una obra todavía más ambiciosa, que combinó animación cuadro a cuadro y dibujo animado.

Una noche de gala en el Colón o *La Carmen Criolla* hizo que Valle fuera más allá en su locura: decenas de muñecos representando a los políticos más conocidos y figuras representativas de la vida pública porteña interactuando en una reproducción fiel de la sala principal del Teatro Colón. Las caras, con alternativas para distintas expresiones, fueron sin dudas precursoras de los trabajos que dos décadas después animaría George Pal y cincuenta años más tarde consagrarían al inglés Gerry Anderson con sus "marionetas electrónicas".[8]

Este trabajo colosal comenzaba con los protagonistas en el *hall* del teatro, para luego pasar al interior donde los veríamos en sus palcos. La orquesta estaba interpretada por gatos. La platea estaba repleta, al punto que cuesta creer que se haya producido una maqueta de tal tamaño y precisión. La ópera en sí constituía el segmento de dibujo animado tradicional, a cargo de Cristiani, donde evolucionaban los políticos, con Yrigoyen como la cigarrera de Bizet. Como en el caso de *El apóstol*, el esfuerzo monumental sólo quedó en eso y pasó bastante desapercibido para el público.

Ducaud también dibujó y dirigió otro largo de humor político, del que hoy poco y nada se sabe, salvo que se hicieron sesenta y dos mil dibujos. Se llamó *La República de Jauja* o *Abajo la careta*.

Más allá de estas utopías bohemias, y mientras Ducaud continuaba fiel a Valle, Cristiani decidió hacer su propio camino. Junto a su trabajo como ilustrador *freelance* para revistas como *El Magazine*, *Caricatura Universal*, *Humorismo Porteño*, el diario *Última Hora* o

[6] Columba y Pelele habían protagonizado en 1917 una experiencia curiosa que remite a los efectos visuales con dibujos previos al cine de animación propiamente dicho. En distintos locales porteños se instalaron pantallas luminosas en las que al parecer los dibujantes hacían caricaturas. En realidad, según cita Siulnas a Oski, el proceso consistía en hacer la caricatura en negativo, se cubría ésta con hollín y se colocaba en la pantalla iluminada. Alguien entonces, con un pincel, quitaba el hollín, haciendo creer al público que el dibujo era realizado en ese mismo instante. Años después, los dibujos de Columba también se proyectaron frente al obelisco, en Cerrito y Diagonal Norte.

[7] *La caricatura política argentina*, Selección y presentación de Amadeo Dell'Acqua. Buenos Aires, Eudeba, Serie del Siglo y Medio, 1960.

[8] Anderson creó para la televisión británica éxitos internacionales con marionetas de cabeza grande como *Supercar*, *El Capitán Marte y el X-L5 (Fireball X-L 5)*, *Guardianes del Espacio (Thunderbirds)* y *El Capitán Escarlata (Captain Scarlet)*.

la publicación picaresca *Media Noche*, su ingenio lo llevó a trashumar por el interior con un proyector y combinar la proyección de cortos con publicidades que él mismo dibujaba.

Su labor como animador y la influencia de sus años con el *Film Revista*, estuvo muchas veces relacionada con acontecimientos de la actualidad. Esto lo llevó a realizar cortos relacionados con temas deportivos, como la campaña internacional del boxeador peso pesado Luis Ángel Firpo, registrada en los cortos de 1923 *Fir -Pobre!-Brennan* y *Firpo-Dempsey*, y un año más tarde la conquista olímpica de la selección uruguaya de fútbol en *Uruguayos forever*. También en 1924, la visita del príncipe Humberto de Saboya derivó en la jocosa *Humberto de garufa*. Un año más tarde realizaría dos cortos científicos con la colaboración del Dr. Oscar Ivanisevich y el Dr. Oscar Arce: *Rinoplastía* y *Gastrotomía*, que fueron compradas por la Universidad de París. En 1926 produjo los comerciales (mudos) *La Cruz del Sur* y *La Camisa Feliz*. Un año más tarde se hizo cargo del departamento de publicidad de las oficinas de la Metro Goldwyn Mayer en Buenos Aires, para independizarse luego de un año y formar entonces los Estudios Cristiani.

Así, en 1929 comenzó, junto a Eduardo González Lanuza, la elaboración de un nuevo largometraje sonorizado con discos, que terminaría durando ochenta minutos.

Después de la presidencia de Marcelo T. de Alvear y de los años de bonanza que no parecían tener fin, Hipólito Yrigoyen había ganado las elecciones y asumido como presidente por segunda vez. Las cosas habían cambiado y a la presión conservadora y sindical se sumó el envejecimiento del líder radical, derivando en el primer golpe militar del siglo, festejado por millones de personas, incluyendo panegíricos lamentables como un tango grabado por Carlos Gardel. El trabajo de Cristiani ya estaba avanzado y se finalizó sólo un año más tarde, con lo que *Peludópolis* se estrenó como parte de los festejos del primer año del golpe revolucionario, el 16 de septiembre de 1931, con presencia del presidente de facto, el general José Félix Uriburu. La crítica a la corruptela del entorno yrigoyenista había quedado atrás en el tiempo, mientras el propio caudillo agonizaba en la más insultante miseria. No funcionó tampoco el intento de Cristiani de quedar un poco bien con todos al incluir a *Juan*

Pueblo como hilo conductor y demandante de Uriburu y Agustín P. Justo. El preámbulo versificado, insertado al principio, quedó como un eco de aquel humor de principios de siglo, una época que, a la sombra del fascismo y la crisis económica mundial, parecía quedar a mucho más de veinte años atrás. Cuando Yrigoyen murió, el *film* fue sacado de circulación.

Desde el punto de vista artístico, *Peludópolis* queda como un dibujo animado en el estilo de McCay, de limpias líneas, dominancia de fondos blancos y una creatividad a la que la crítica respondió favorablemente. Pero lo que Cristiani buscaba era un éxito económico y *Peludópolis* tampoco lo fue. Tal vez por esa decepción, fue el último largo que intentó.

Dedicado de lleno a la publicidad y el subtitulado de películas en lengua no castellana, hacia fines de la década tomó contacto con Constancio C. Vigil, escritor de origen uruguayo, especializado en libros infantiles como *Los Chanchín, Misia Pepa, Botón Tolón, Chicharrón* o *El Mono Relojero.* Fundador de Editorial Atlántida en 1919, su emprendimiento pasaría las fronteras del siglo siguiente como un imperio multimedia, iniciado a partir de la popularidad de revistas de larga tradición en el mercado como *El Gráfico, Para Ti* o *Billiken*. La idea de animar distintos cuentos de Vigil se presentó como un proyecto interesante.

El Mono relojero fue el cuento elegido para el primer corto. Producido durante 1937, significó que Cristiani abandonara su técnica de figuras recortadas para encarar un trabajo de animación tradicional, algo que fue posible en los estudios con los que ya por entonces contaba, con lo que *Los cuentos de Vigil llevados a la pantalla: El Mono relojero* ya no fue un esfuerzo personal, sino un trabajo de equipo profesional más o menos como se llevaban a cabo en los Estados Unidos. Los dibujos se basaron en los del ilustrador original de los libros, Federico Ribas, y fueron adaptados por Eglatina Villagra y Raúl Rosarivo. Las voces estuvieron a cargo del astro de la radiofonía argentina, Pepe Iglesias, "El zorro". Luego de su estreno en 1938 y del buen recibimiento, Vigil abandonó la idea de continuar con el proyecto, con lo que se frustró el que hubiera sido un buen registro de la literatura infantil de la época y la producción de una serie con continuidad. De estilo y dibujo ortodoxo,

El Mono relojero se convirtió con el tiempo en el dibujo más visto de Cristiani, si bien no el más representativo.[9]

En 1941, Cristiani retomó el tema deportivo con la futbolera *Entre pitos y flautas*, de estilo similar al de Max Fleischer. Según el investigador italiano Giannalberto Bendazzi, a Cristiani no le gustaba cómo había quedado.

La visita de Disney ese año, como parte de la misión encomendada por Nelson Rockefeller, posibilitó un encuentro y una oferta de trabajo, que Cristiani desechó, recomendando a Florencio Molina Campos.

Su último *film* terminaría siendo otro corto, *Carbonada*, de 1943, ganador del premio de la Municipalidad de Buenos Aires. Retirado en 1955, se fue a vivir a Unquillo, provincia de Córdoba, donde frecuentaba a Spilimbergo.

En 1981, tres años antes de su muerte, pudo viajar a Italia por medio de una invitación del gobierno provincial de Pavia, su pueblo natal. Bendazzi le dedicó un libro muy difícil de ver por estas tierras: *Due volte L´Oceano; vita de Quirino Cristiani*. Se le hicieron homenajes y dejó allí una copia en fílmico de *El Mono Relojero*. Luego de esto, el anciano pionero del cine mundial retornó a su país de adopción, para morir rodeado de sus afectos.

Tanto *El Apóstol*, como *La Carmen criolla* y *Peludópolis* desaparecieron en distintos incendios que afectaron los archivos de Valle y Cristiani.

Testimonio: Giannalberto Bendazzi

Giannalberto Bendazzi es un investigador italiano de la historia del dibujo animado. Como tal, es autor de *Cartoons - One Hundred Years of Cinema Animation* (John Libbey/Indiana University Press, Londres/Bloomington 1994, 1995, 1999).

La animación argentina tiene un espacio particular dentro de sus preferencias. Tal interés tiene su origen en el trabajo de Quirino Cristiani y en el contacto que estableció con el autor. Así lo refirió, dando respuesta a nuestras preguntas, por correo electrónico, en 2003:

—A finales de los años setenta yo estaba escribiendo la historia del cine de animación mundial, pero sobre la Argentina ningún europeo

[9] Editorial Atlántida retomaría la idea de adaptar *El Mono Relojero* al dibujo animado hacia 1973, cuando utilizó al personaje como mascota de la revista y para los cortos de cierre del horario de protección al menor de Canal 13, *Las Buenas Noches del Mono Relojero*, dibujadas por Venegas.



o norteamericano escribió nada, ni se vieron dibujos animados argentinos en los festivales internacionales. Encontré en un congreso en Turín al director Simón Feldman, que me proporcionó mucha documentación, fundamentalmente sobre Quirino Cristiani. Estaré eternamente agradecido por ello. Sucesivamente seguí documentándome por todos los canales posibles, a pesar de la distancia geográfica y la lentitud de los medios de comunicación de los años setenta y ochenta, cuando no existían ni el fax ni el correo electrónico.

Me sorprendió descubrir a Quirino Cristiani en vida y lúcido, aunque viejo, poder invitarlo a Italia, a su pueblo nativo de Santa Giuletta en provincia de Pavia y celebrarlo con todos sus paisanos. Me entusiasmó descubrir que este país precedió a todos en la carrera al largometraje de animación. Por otra parte, no me sorprendió que fuera capaz de hacerlo: aunque yo nunca haya visitado la Argentina, he estudiado bien su historia y su literatura, y conocía su alto nivel de civilización.

—¿Qué recuerdo tiene de sus encuentros con Quirino Cristiani?

—Quirino Cristiani, como muchos animadores, no se daba cuenta del valor histórico de lo que había hecho. Subvaloraba su obra, decía que él había hecho algún dibujito, pero afirmaba que el arte era otra cosa, él pensaba en Miguel Ángel, en Picasso.

Era un hombre simpático, gracioso, abierto y muy inteligente, aunque ciertamente no era un hombre culto. Quizás su inteligencia estaba justo ahí, en no intentar ser diferente de lo que era, un argentino mediano con intereses medianos y un gran amor por la patria.

—En perspectiva, ¿cómo ve el desarrollo histórico de la animación argentina? ¿Y en relación con otras cinematografías latinoamericanas o del resto del mundo?

—Francamente lo veo muy poco, porque en la parte boreal del mundo la animación argentina no se estrena ni en cine ni en televisión, y se ve muy poca hasta en los festivales especializados. Esta insensibilidad es padecida en general por todo el hemisferio Sur, que a su vez, en cambio, es culpable porque no hace casi nada para hacerse ver. Este año por fin Australia ha llegado con fuerza al festival de Annecy (Francia), que es el más importante del mundo y una película australiana ha recibido, sin la mínima dificultad, tres de los premios más importantes.

—¿Podría incluir una bio-bibliografía personal?

—Soy un crítico e historiador del cine, y sigo estudiando los dibujos animados desde mis 19 años (ahora tengo 57). Escribí un montón de libros sobre este asunto, que era muy subestimado y poco explorado; el más conocido es *Cartoons - One Hundred Years of Cinema Animation*, una historia que cubre todos los países del mundo, desde fines del siglo XIX hasta fines del siglo XX. La editorial Ocho y Medio de Madrid va a publicar la versión en castellano, que es mucho mejor que la inglesa. En el año 2001 coordiné el tomo *Alexeieff, Itinéraire d'un maître - Itinerary of a Master* (Dreamland, París, en francés e inglés), dedicado a uno de los grandes maestros del cine de arte en el centenario de su nacimiento. Escribí libros sobre el cine de imagen real también: uno sobre Woody Allen fue traducido al castellano. Nunca hice filmes, conozco mis limitaciones: soy un crítico, no soy un autor.

Y qué más... Casi todo lo que podía hacer por la animación lo hice. Artículos en periódicos, retrospectivas, festivales, jurado en festivales, conferencias, clases, "política" (con comillas) como miembro de la directiva de Asifa (Association Internationale du Film d'Animation), y como co-fundador de Asifa-Italia y de la Society for Animation Studies.

No estoy loco. Mis amigos creen que sí, pero no han visto todos los *films* de animación que yo he visto, y creen que se trata de una producción para niños, televisiva, tal vez un poquito almibarada. Es un arte de gran nivel.

Walt Disney Productions



La animación puede ser un arte, esto es como yo la concebí. Pero... lo que ustedes han hecho con esto es convertirlo en un negocio... no un arte, sino un negocio... mala suerte.

Winsor McCay, pionero de la animación, a un grupo de animadores de Nueva York, fines de la década de 1920.

Walt Disney le dio un *status* diferente al dibujo animado. Desde los monigotes de Emile Cohl en adelante, podríamos dividir en dos la relación del dibujo animado con el cine: por un lado, el relleno para las largas sesiones de *matinée*; por el otro, el hecho artístico, aislado de lo comercial, tal como lo entendía (erróneamente se vería después) el creador de *Gertie el dinosaurio* y *El hundimiento del Lusitania*.

Justamente él fue uno de los exploradores del surrealismo más alocado en el *comic*, con *Little Nemo in Slumberland* (o *Los sueños de Tito*, como se conoció esta historieta en la revista *Billiken*). Pero al parecer, McCay no supo ver al dibujo animado como una manera de combinar arte y negocio, los dos factores básicos del cine de Hollywood desde su nacimiento. Guste o no, según los críticos o analistas de distintas épocas, la obra de Walt Disney va a ser, en esta historia, un referente ineludible de la unión entre un resultado artístico superlativo, en el mejor de los casos, con un beneficio comercial acorde.

Este logro extraordinario, con la consecuencia de la construcción a lo largo de los años de un imperio mundial, será para los ojos argentinos una meca a la que todavía hoy muchos aspiran. Destacarse y ganar dinero con eso sigue siendo, en muchos casos, el objeto de devaneos y afanes. Si el camino artístico de Disney lo verá incorporar al dibujo animado audacias como el sonido (*Steamboat Willie*, 1928), el technicolor (*Flores y Árboles/ Flowers and Trees*, 1932), el

largometraje (*Blanca Nieves y los siete enanos / Snow White and the Seven Dwarfs*, 1938), la música culta o el sonido estereofónico (*Fantasía*, 1940) y llegando al siglo XXI, la animación digital de la Pixar (*Toy Story*, 1999), a la par irá el desarrollo, desde un comienzo, de un sistema de venta de regalías por la utilización de sus personajes. Se dice que el primer caso fue cuando un fabricante de cuadernos le pidió la autorización para poner a Mickey en la tapa. Desde entonces, llegar a tener una letra C encerrada en un circulito se convirtió en una especie de sueño para muchos emprendedores criollos de la época.

En los años cuarenta, Dante Quinterno creó un "Sindicato Dante Quinterno" a la manera del King Features Syndicate, para comercializar las tiras de Patoruzú, y le agregó su *copyright* a las licencias que significaron en su momento la venta de muñecos de paño lenci, dijes, caretas y disfraces, de rudimentaria realización cuasi pre-industrial.[1] Muchos años después, se agregarían carameleras de plástico con la forma de los personajes y poco más. Quienes pasen por el andén sur de la estación Florida del Subterráneo B de Buenos Aires, podrán ver un mural cerámico con Patoruzú y Patoruzito... y en un recuadro blanco el ©Dante Raúl Quinterno.

Guillermo Divito, a partir del increíble éxito editorial de su revista *Rico Tipo*, intentó manejar la comercialización de sus *Chicas!* inmortalizadas como muñecas, o los trajes de la sastrería Gon-Ser, inspirados en su dibujos. La explotación de sus dibujos en avisos de diferentes productos por lo general corrió por su cuenta. A comienzos de los sesenta también abrió una productora de dibujos animados, en la que trabajaron dibujantes como el después exitoso historietista e ilustrador Oswal, pero el experimento no tuvo larga vida.

Lino Palacio también licenció juguetes a partir de la figura de Don Fulgencio y vendió su imagen para determinadas marcas, como por ejemplo las medias París.

Como podrá verse, todos estos intentos de comercialización temprana tuvieron su origen en el campo editorial. El dibujo animado, en tanto, se manejaba por carriles diferentes, o no.

[1] Una recopilación *avant la lettre* de este *merchandising* puede verse en el libro *Patoruzú, vera historia no oficial del grande y famoso cacique tehuelche*, de Hernán Ostuni, Fernando García, Andrés Ferreiro, Mario Formosa y Rodríguez Van Rousselt. Buenos Aires, Ediciones La Bañadera del Comic-1, abril de 2001.



Molina Campos, de Disney a Jiri Trnka

El célebre artista plástico e ilustrador se postuló en 1937 para una beca de estudios especializados en dibujos animados en los Estados Unidos, y la ganó. Sus trabajos ya se publicaban en anuarios internacionales como *Modern Publicity* y su presencia en América del Norte fue aprovechada para exponer durante el año siguiente en distintas ciudades de la Unión.

A su regreso, encaró el proyecto de llevar al cine sus gauchos, en una posible asociación con la revista *Caras y Caretas*, pero la idea, que Molina Campos quería llevar a cabo en el país con personal y capital argentinos, quedó en la nada por diferencias contractuales.

En 1941 y con el antecedente de su éxito de crítica y ventas, viajó nuevamente a Estados Unidos. Es en ese momento que Disney visita la Argentina y Molina es recomendado por Cristiani. Finalmente se concreta la reunión y en 1942 es contratado como asesor técnico, para colaborar en los rodajes de varias películas de dibujos animados de ambiente argentino. En los cortos *El Gauchito Volador* y *Dippy se hace Gaucho*, incluidos en *Saludos Amigos* y *Los tres caballeros*, es donde más se puede apreciar la influencia de Molina Campos.

Los gauchos socarrones que se burlan del gauchito y su burro orejón son indudablemente derivados de aquellos que poblaron por años los almanaques de Alpargatas.

A su regreso al país, vuelve a tomar contacto con el cine con la realización del corto documental *Pampa Mansa*, en el que no hay animación sino un recorrido por su obra pictórica. Prepara su viaje a Europa para asistir al IV Festival Internacional Cinematográfico de Berlín de 1956 y establecer contacto con productores checoslovacos.

Así, tiempo después, toma contacto personal con Jiri Trnka, interesado en hacer una animación con muñecos a partir del célebre *Fausto*, que Molina había ilustrado para la Editorial Guillermo Kraft en 1942. El proyecto, que hubiese sido sensacional en manos del genio checo, tampoco se concreta, llegándose a producir tres muñecos.[2] Fallecido en 1959, Molina Campos debería contentarse con los cameos de sus gauchos *made in Hollywood*. A principios de la década de 1970, el bailarín folklórico Santiago Ayala, "El Chúcaro", haría una puesta de ballet con bailarines y bailarinas caracterizados como los gauchos y chinas



[2] Información acercada por Marcelo Niño, estudioso de la obra de Molina Campos.

jetones de sus todavía vigentes almanaques. Mucho tiempo después, en 1996, se anunció la producción de un largometraje de dibujos animados en coproducción argentino-norteamericana inspirado en los tipos creados por Molina. Fue llamado *Bienvenidos amigos*, un nombre que tuvo mucho de largo adiós, porque nunca más se supo del tema.

Dante Quinterno. El sueño americano de un cacique patagón

Desde su primera aparición en 1928, en la tira *Las aventuras de Don Gil Contento*,[3] el indio Patoruzú fue un éxito. Esto llevó a su creador, Dante Quinterno, a querer llevarlo al cine, aun antes de llegar a tener su propia revista.

Ese proyecto de Quinterno se construye a partir del éxito de Patoruzú como personaje de aventuras publicadas en *La Razón* y *El Mundo*, y esto lo lleva a pensar tempranamente en una adaptación al cine. En 1932 ya aparecen en las páginas de la revista los avances de un posible corto con el título *El indio Patoruzú decide divertirse*,[4] el primero en una serie. El argumento narraba una noche de farra del indio en un cabaret porteño, donde ante el tedio se emborrachaba con champagne, se mareaba, hacía papelones ante los pitucos vestidos de *smoking*, para finalmente terminar deseando no haber experimentado nunca esos placeres mundanos, echado por los cogotudos. El argumento, que subrayaba el costado palurdo del cacique y la moralina de clases nunca entremezcladas, a la vez de sugerir cierta crítica al aburrimiento de los niños bien, nunca llegó a producirse, quedando en los bocetos previos.

El taciturno Quinterno hubo de esperar varios años y millones de ganancia más para poder concretar en parte su proyecto cinematográfico.

En 1939, apenas un año después del estreno mundial de la *Blanca Nieves* de Disney, en pleno éxito comercial, comenzó la tarea de realizar un largometraje animado y en colores sobre Patoruzú, convertido por ese entonces en "la" historieta argentina por antonomasia.[5]

Según consigna la investigadora Natacha Mell en un extenso trabajo inédito realizado para el Museo Municipal del Cine,[6] Quinterno

[3] En el diario *Crítica*, precisamente el 19 de octubre. Don Gil Contento después derivó en Julián de Montepío y, finalmente, en Isidoro Cañones.

[4] Ostuni, Gracía, Ferreiro, Formosa y Rodríguez Van Rousselt, obra citada.

[5] *Libro de Oro Patoruzú 1941*. Buenos Aires, 11 de Diciembre de 1940, "Patoruzú en su primera pelicula de dibujos animados en colores", s/a.

[6] Natacha Mell, Museo del Cine "Pablo C. Ducrós Hicken" División Investigación y Documentación: *Cine de animación en la Argentina/ Trabajo de Investigación N° 1 (Carácter extraordinario)*, Buenos Aires, 30 de junio de 1986, Trabajo inédito.

habría recibido capacitación en los estudios Fleischer y Disney (¿Cuándo? ¿Durante cuánto tiempo?). Con producción del Sindicato Dante Quinterno, los profesionales a cargo del gigantesco proyecto provinieron exclusivamente del medio editorial. El Director General de los Estudios del Sindicato, Tulio Lovato, fue el director de la animación, sumándose en una verdadera selección nacional de dibujantes de distintas publicaciones como Oscar Blotta, Eduardo Ferro, José Gallo, Raúl Bonatto, J. Romeu, L. Destuet. Los fondos y la supervisión de colores estaba a cargo Gustavo Goldschmidt. Como ayudante, un muy joven Alberto del Castillo. La idea original planteaba un largometraje en 35mm, y en technicolor. Finalmente y ante desacuerdos con esta empresa, que exigía un tiraje mínimo de 25 copias, el material virgen vino de Alemania, vía Gaspar Film. Cabe recordar que, paralelamente, en ese momento ya se estaba experimentando en el país con distintos procesos *bipack* como el Alex Perrycolor. De uno u otro modo, el agravamiento de la Segunda Guerra Mundial y la no alineación argentina con los aliados pudo haber incidido en limitar la concreción física del largo que no fue. Con suficiente material filmado como para un mediometraje, se decidió limitarlo a un corto de 16 minutos. Dónde estará ese material, si hoy existe, es otro de los misterios de la historia de descuidos y falta de conservacionismo de nuestro cine. *Upa en apuros*, tal el nombre del corto, se estrenó luego de un par de intentos fallidos, junto con *La Guerra Gaucha*, superproducción de Artistas Argentinos Asociados y, posteriormente, clásico de clásicos del cine nativo. A la altura de tamaño esfuerzo, *Upa en apuros* hoy todavía es recordada y citada por animadores y especialistas como un hito del dibujo animado local en cuanto a resultado artístico.

Al respecto, es de destacar que los personajes y su animación recuerdan ciertamente el trabajo de los hermanos Fleischer y los cortos de Popeye de la época. El oso y el gitano tienen parentesco con el corto de dos rollos *Simbad el marino* protagonizado por el famoso marino come espinacas y Patoruzú es, en su *performance* y despliegue físico, un primo sudaca e indígena de aquel *marine*.

El color *bipack*, con ausencia de azules, ha resistido el paso del tiempo, aunque recuerda los primitivos cortos de la Metro o la Warner anteriores a 1938.

Algo llamativo es la infantilización de Upa, en las historietas siem-

pre mostrado como una mole infradotada, y en la película reducido de talla y aniñado, tal vez para lograr un resultado final más apto para consumo infantil. Las voces son correctas y algunos *gags* (el gitano cayendo dentro del carro de la policía, algunos detalles de la pelea) todavía tienen su eficacia.

Los fondos, de Machietta, de aldea europea o cuento de hadas, nada tienen que ver con el entorno general de la historieta que le dio origen (la Patagonia, Buenos Aires, ambientes que remiten a la geografía argentina o, a lo sumo, países imaginarios gobernados por ocasionales reyes o tiranos). En líneas generales se puede hablar de un producto pensado para una posterior exportación que finalmente no ocurrió.

Del corto estrenado en el Ambassador el 20 de noviembre de 1942 se hizo una tirada de cuatro copias en 16 mm, lo que contribuyó al fracaso económico a partir de una distribución acotada. Con los años, llegaría la distribución para proyectores hogareños de bobinas de Super 8 mudas. También, la acumulación de prestigio hasta llegar al mito, junto con posibles proyectos para volver a llevar al cine al héroe argentino, nunca concretados hasta la muerte de Quinterno como veremos más adelante.

Juan Oliva. Un primer maestro

Catalán, llegado a la Argentina a principios de los años treinta, tomó rápido contacto con Cristiani, llegando a ser su ayudante en *El mono relojero*.

Historietista, creador de personajes, docente con discípulos y con alumnos anónimos por correspondencia, tenía registrado su propio método de enseñanza para hacer dibujos animados.

Desarrolló una actividad gráfica intensa, creando personajes como Pichín el grande, una especie de movilero radial, que aparecía en la revista *Sintonía*.

Su estilo gráfico de líneas redondeadas tendía a la armonía y al equilibrio, con gracia, dinamismo y con mucha influencia del que después se llamaría *art déco*. De espíritu inocente y optimista, si tuviéramos que buscar un parentesco o influencia, podríamos encontrarle similitudes con algunos personajes de los primeros cortos sonoros de Max Fleischer: ojos grandes, narices redondas, sonri-

sas amplias, como solían dibujar a Bimbo, el perrito compañero de Betty Boop o incluso también con el estilo de dibujo de Ub Iwerks.

De líneas curvas en cabeza, cuerpo, bigotes y sombrero, era el gaucho Rendija, que aparecía en la revista *Figuritas* en los años treinta y fue ideado para la Manufactura de Tabacos Particular, especialmente para las marcas de menor precio, como La Tecla, Gavilán y Particulares.[7] También dentro del género gauchesco, muy de moda a fines de los años treinta en radio y cine, Oliva pudo concretar un primer proyecto con los cortos de *Julián Centella* (o *Centeya* según la fuente).

Con música de Leopoldo Sciammarella, todo un creador de canciones y jingles pegadizos, fueron producidos y proyectados entre 1937 y 1939. El éxito y el modelo de Cristiani llevaron a Oliva a fundar su propia empresa, la Compañía argentina de Dibujos Animados (CADA), de efímera existencia, tal vez debido a la bohemia de su director. No es de extrañar que actualmente su producción animada esté prácticamente perdida en su totalidad.

Una excepción es la película que dirigió y estrenó en 1940: *La caza del puma*, corto del que, al parecer, sólo se conserva una copia muda rescatada por el coleccionista Favio Manes[8] y que es reconocida por el historiador Fernando Martín Peña.

La publicidad sería su fuente de recursos, y cuando Emelco abrió su departamento de dibujos animados, Oliva estuvo al frente. Ya por entonces era un nombre popular, ligado de manera inseparable a los dibujos animados.

También se le debe un intento de personaje con cierta continuidad, Felipito Pistolero, un pajarito antecesor del Pi-Pío de García Ferré, como bien observan los investigadores del *comic* argentino Judith Gociol y Diego Rosemberg,[9] que protagonizó, además del mencionado *...Pistolero*, cortos como *Felipito Leñador* y *Noche de sustos*. La investigadora argentina Natacha Mell también rescata la producción de otro corto, *Pepito Celuloide*.[10]

Alejado de Emelco en 1942, Oliva encontró otro filón en la docencia, dedicándose por completo a la enseñanza en sus *Estudios Oliva*, o *Instituto Sudamericano de Dibujos animados*, la primera escuela

[7] Siulnas, obra citada, tomo 1, pág. 364.
[8] "Fichas sueltas", nota sin firma (presumiblemente de Fernando M. Peña) en *Film* número 16, octubre / noviembre 1995, número dedicado al dibujo animado.
[9] *La historieta argentina, una historia*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 2000.
[10] Natacha Mell, obra citada.

argentina en la materia, con colaboradores como Jorge Elena.

Un aviso de la escuela, con foto del artista, anunciaba: *Juan Oliva hará de Ud. un perfecto dibujante*. La promesa se hacía extensiva a dibujos animados e historietas, invitando al público a ver los trabajos de la productora en el microcine de la misma y prometiendo resultados positivos (y audaces) a los dos meses para el que ya tenía alguna experiencia en dibujar, o a los cuatro para quienes nunca habían dibujado.[11]

Estuvo unos diez años en funciones; fue una época de experimentación para su director que se dedicó a descubrir lo que él llamó *el único y revolucionario método para hacer dibujos animados*. Sólo en la década de 1950, Oliva volvió a dedicarse a la publicidad. Entre los alumnos de su escuela podemos citar a Néstor Córdoba, colaborador fundamental de García Ferré y gran responsable de sus largos. Una leyenda dice que Ernesto Guevara Lynch, luego "Che" Guevara, también aprendió dibujo por correo en la escuela.

La escuela de animación de Oliva contó con un departamento didáctico cuya finalidad era desarrollar *films* científicos y culturales, al frente del cual estaba José Allperín. Esta sección produjo una gran cantidad de películas entre 1943 y 1946. Juan Oliva no volvió a producir cortos. Poco y nada se conserva de su obra.

Sin embargo su nombre refiere a una época que podríamos denominar de "profesionalismo primitivo", donde la bohemia y el caos convivían con la actividad comercial y el dinero ganado y perdido alegremente.

Burone Bruché, entre dos épocas

Discípulo de Juan Oliva, José María Burone Bruché atravesó, en dos décadas de trabajo, dos etapas bien diferentes en la historia del dibujo animado argentino, combinando la bohemia de los realizadores independientes con la sistematicidad del trabajo profesionalizado, viviendo desde la escasez de recursos de los años cuarenta a los presupuestos sin problemas de la publicidad televisiva.

En 1942 sucedió precisamente a su maestro en la sección de dibujos animados de Emelco. Comenzó su actividad con la realización de cortos institucionales para empresas como Duperial, con *Una riqueza nacional en peligro*. También incorporó sus comentarios a otras noticias dentro del Noticiero Argentino de Emelco, *Sucesos de las*

[11] *Hobby*, número 138, enero 1948, pág. 329.



Américas. Por ejemplo, el que hoy podría ser considerado bizarro *raid* de un paisano de Buenos Aires a Chile, daba pie a una introducción animada con la inclusión del personaje Patancha, un gaucho con claras reminiscencias de los de Molina Campos. El poco metraje alcanza para apreciar la calidad del dibujo, así como el humor surreal cuando el gaucho dibujado termina su recorrido llevando a upa a su caballo, recibiendo un almohadón de premio para su castigada anatomía de jinete.

Creador de personajes como el payaso Pamplino o Contreras, su material argumental tuvo más difusión por venta a particulares que en salas.

En 1945 realizó *Los consejos del Viejo Vizcacha*, de diez minutos. Después encaró un ambicioso proyecto en colores como la adaptación del *Fausto* de Estanislao del Campo y una serie de películas de un minuto de duración en blanco y negro, para la productora Cinepa, denominadas *El refrán animado*, que fueron conocidas en 1947. Eran poco más que chistes animados, simples e infantiles, pero bien dibujados, aunque en un estilo menos limpio que el de su antecesor Oliva.

Hacia 1950 montó su propia empresa: Estudios Argentinos de Dibujos Animados América - Producciones Burone Bruché, contando con el auspicio de Sincca Films. Encaró tanto la filmación de cortometrajes didácticos y recreativos en dibujos animados como la de publicitarios. En primer término planeó la realización de una serie de películas agrupadas bajo el título genérico de *Cumbres de la historia* y comenzó con el filme *Descubrimiento de América*. Burone Bruché era el director de la animación, el jefe técnico de escenografía y color era Francisco Blanco y el jefe técnico de filmación y efectos sonoros era Pablo Leiva. Trabajaron quince dibujantes en la confección de los quince mil dibujos que requirió la película, que tuvo diez minutos de duración. En 1951 se produjeron unos cortos con un personaje que caricaturizaba a los opositores al gobierno, *Contreras*, y una serie sobre actualidad latinoamericana, probablemente también con tinte oficialista. Ese material debe haberse perdido con la destrucción masiva de íconos peronistas durante la autoproclamada Revolución Libertadora. En esos años Burone llegó a ser considerado sinónimo de dibujo animado local, al punto que hasta sus cortos publicitarios llevaban su firma al comienzo.

En el final de la película de Luis Saslavsky, con Libertad Lamarque,

Eclipse de sol (1943) puede verse una secuencia animada con unos pequeños bebés que interactuaban sobre fondo real.

El estilo de Burone fue superado en la medida que pasaba el tiempo y tal vez por las premuras de la publicidad. No son del todo logrados trabajos posteriores como el pájaro carpintero de Chapadur para la agencia Berg Henderson (hoy Ogilvy). Tampoco los insoportables quintillizos Abanta, bebés derivados de aquellos querubines de la década del cuarenta y protagonistas de un añejo comercial en el que se bañaban, entalcaban y perfumaban, cantando con voces de sopranos y tenores. Anacrónica, esta publicidad que repetía una y otra vez *"a mí me encanta usar Abanta"*, estuvo en el aire desde la segunda mitad de los años cincuenta hasta por lo menos finales de la década siguiente. El estudio de Burone estuvo activo hasta poco tiempo antes, incluyendo un último corto no publicitario, citado en algunos catálogos: *Qué melón tan embrollón*, de 1962.

Jorge Caro. De Plácido a Perú

Dentro de un ámbito casi siempre influenciado por Walt Disney, hubo alguien que tomó como inspiración los estilos de la Warner Brothers y la Metro, dos estudios que durante los años cuarenta mantuvieron un elevado nivel creativo y productivo.

Si el trabajo de Walt Disney fue el que marcó el camino en la escena norteamericana en los años treinta, la división de dibujos animados de la Warner nació con la nada oculta intención de imitar su estilo (y éxito, de ser posible) y, de hecho, fue formada por ex-integrantes de aquel estudio. La práctica llevó en cambio a un estilo que con los años hasta sería juzgado por muchos como totalmente opuesto al modo políticamente correcto, prolijo y amanerado de los estudios Disney, mucho más preocupados en la trascendencia de los largometrajes que en los cortos, hoy la mayoría envejecidos y poco atractivos.

El éxito de la Warner residiría en cambio en el desarrollo de personajes muy bien diseñados por un equipo de creadores excepcionales como Chuck Jones, Tex Avery (pronto emigrado a la Metro), Friz Freleng, Robert Clampett o el que después sería director de comedias Frank Tashlin. Bugs Bunny, el Pato Lucas (Daffy), el gato Silvestre (conocido inicialmente en Argentina como Gato Malandrín) y Tweety,

el Coyote y el Correcaminos, son solamente algunas de esas criaturas que, a más de cincuenta años de nacidas, continúan disfrutando de una saludable existencia.

Por su parte, la Metro Goldwyn Mayer también evolucionó de unos primeros tiempos de cortos manieristas y hoy casi insoportables de mirar como sus *Happy Harmonies*, a la revolución que representó la presencia anarquista de Avery y el dúo Hanna-Barbera a partir de mediados de los cuarenta. Menos rica en personajes que la WB, con la excepción hecha de Tom y Jerry, la división encabezada Fred Quimby, hombre de negocios poco creativo, pero con olfato para distinguir lo bueno, se destacó hasta su cierre a fines de los cincuenta como una fábrica de *gags* que sumaron el más delirante surrealismo al *slapstick* del cine mudo.

En la Argentina, Jorge Caro, formado junto a Burone Bruché, encontró su espacio para desarrollar un personaje dentro de un medio no habitual.

Nacida hacia 1949, la productora y distribuidora Cinepa, focalizó su esfuerzo artístico y comercial en un mercado particular. Estaban de moda unos proyectores hogareños de 16 mm, su marca era Hollywood y la venta de material para exhibiciones caseras se transformó en una oportunidad de negocios. Cinepa se especializó en la venta de esos dibujos animados de un rollo, creados especialmente para ese fin. También vendía viejas producciones de Oliva, como la serie *El refrán animado* o *La caza del puma*.

El éxito de este negocio tuvo como derivación el proyecto para 1950 de realizar una serie de cortos de un rollo con un personaje, a filmarse en 35 mm, en blanco y negro. Así nació Plácido, una vizcacha macho, de bombachas paisanas y alpargatas, de línea tal vez influida por otros animales de origen norteamericano como ardillas y conejos, humanizados y bípedos.

Pablo Leiva era el encargado de los guiones y la cámara, Francisco Blanco dibujaba los fondos, Claudio Forbac proveía la música y Rafael Iglesia era el ayudante de animación.

Con los dibujos de la MGM producidos por Fred Quimby, y con creadores como Avery y Hanna-Barbera, Caro se emparentó en el uso del surrealismo y la metáfora exagerada, en historias en las que los animales animados podían convivir con los seres humanos, algo que no ocu-

rría en los cortos de Disney de la época, donde todos los personajes eran animales. El primer corto, *Premio al valor,* gira en torno de un pichón de ñandú hambriento. La historia es insulsa y sólo destacamos un buitre (de bombín) muy bien logrado y un par de *gags* a propósito de cómo el buitre afila su pico. Tal vez pensando en su destino comercial de copias mudas, el corto prescinde de todo tipo de diálogo.

En *El último recurso*, el tema vuelve a ser la lucha por la subsistencia animal y la amenaza de una especie agresiva: aquí, un roedor nocturno quiere comer las raíces de un árbol donde vive un pajarito.

En *Puños de campeón* la permisividad y la confianza fueron mayores, Plácido podía llegar a Buenos Aires gracias a la gentileza de un automovilista que cobraba vida desde un cartel rutero y boxear contra el forzudo de turno para ganar la bolsa, y volver convertido en todo un José María Gatica, con sombrero orión, moñito y un auto último modelo, en una evidente alusión a las excentricidades del famoso Mono.

De la Warner, por entonces con el mejor momento de Clampett, Tashlin y un Chuck Jones previo a su gran explosión estética-expresiva de comienzos de los cincuenta, Caro tomó el estilo gráfico de los personajes, como el urso boxeador y sus contendientes o los escenarios, de líneas redondeadas, más clásicos que los de la Metro.

También los *gags* verbales o gráficos, típicos del humor norteamericano, al alterar nombres típicos de la geografía porteña, donde la calle Corrientes podía albergar al Lona Park, el cine Gran Pez, la pizzería Las Carpetas o la tienda en departamentos Casa Jarros.

Las alusiones a la morfología de personajes; "el petiso", "el diente de leche", más la presencia de un Luis Sandrini caricaturizado en el *ringside* (los famosos animados, otro tópico de los cortos de la Warner) son puntos que se suman a una buena animación que sostiene el relato. El estilo de Plácido evolucionó de un corto a otro y fue bien recibido por el público: *Puños...* se estrenó en el cine teatro Opera, justamente enfrente del Gran Rex parodiado en la película.

Luego de esta experiencia Jorge Caro marchó al Perú donde, dedicado al cine publicitario y aprovechando el auge de la utilización del cine cromático, pudo desarrollar un estilo audaz, de colores intensos y líneas estilizadas, evidentemente muy influenciado por los comerciales televisivos norteamericanos de la época y adelantado en cinco o seis años si lo cotejamos con los trabajos que por entonces se hacían en la

Argentina. A fines de los cincuenta regresó a la Argentina para asociarse con Osvaldo Galuppo, otro veterano de los estudios de Burone Bruché, en el momento de mayor trabajo para los animadores argentinos. En tanto, Plácido queda como uno de los pocos intentos, si no el único, de la creación de un personaje concebido no como un intento aislado, sino con pretensiones de continuidad en el tiempo. Sus cortos, exhibidos en salas de estreno, tienen una innegable frescura, a la que podemos sumarle todo el mérito de haber experimentado en un camino que recién con el afianzamiento de la televisión privada en el país, podría ser recorrido con éxito.

Testimonio: Delia Oliva

Delia y Lilia Oliva trabajaron en el estudio de Burone Bruché como encargadas de pasar en tinta los dibujos. Delia Oliva, quien trabajó allí entre 1946 y 1948, como una de las encargadas de pasar los dibujos del papel al celuloide, hoy recuerda cómo empezó a trabajar:

—La que dibujaba era mi hermana Lilia. Teníamos 20 ó 21 años y ella había aprendido dibujo. Una vez salió un aviso en el diario pidiendo dibujantes para un estudio en la calle Diagonal Norte. Mi hermana, que estaba trabajando en otra cosa y no podía salir, me pidió que me presentara yo en su lugar. La entrevista me la tomó Burone Bruché en persona, con presencia de sus socios Leiva y Blanco; me explicó que lo que necesitaban era una chica con mucho pulso, para poder pasar a tinta los dibujos del papel al celuloide. Me dijo que ya había probado con unas quince chicas, pero que no habían andado. Era muy amable y muy exigente. Por supuesto yo le dije que mi hermana tenía el pulso firme y se ve que lo convencí porque le tomó una prueba y Lilia entró rápidamente a trabajar en el estudio.

Con el tiempo, a mí también me fue gustando la idea y, un poco entusiasmada por mi hermana, comencé a practicar. Así fue como a los dos años entré al estudio.

Éramos tres chicas haciendo esa tarea, trabajando con un tiralíneas muy finito para lograr ese efecto de línea plena propio de los dibujos animados. Utilizábamos tinta china. Después, quienes se encargaban de rellenar pintando de atrás el celuloide, utilizaban témperas.

Más que dibujos en blanco y negro podría decir que eran en blanco y gris, porque se usaba toda esa gama para darle distintos valores a los colores que se querían transmitir. También estaban quienes desarrollaban los fondos y después sí, las chicas y dibujantes que se encargaban de la animación propiamente dicha. Seríamos unas veinte personas o menos. Más que nada trabajábamos haciendo publicidades para Emelco, en un horario bastante cómodo: de nueve de la mañana a once y media, y de tres y media de la tarde hasta las seis. Al mediodía se paraba bastante el trabajo, lo que aprovechábamos para ir a comer a nuestra casa. El clima de trabajo era muy bueno: uno de los compañeros con el que mejor nos llevábamos era Guillermo Mordillo, que como ustedes sabrán triunfó en Europa como dibujante. En lo de Burone, él estaba en la parte de animación. Otro, Galuppo que después tuvo su propio estudio. Yo me fui a los dos años, pero Lilia siguió hasta que el estudio cerró a fines de los cincuenta. Ya por entonces estaba haciendo cosas en el sector de animación.

Intuitivos y experimentales:
Víctor Iturralde

Norman McLaren había llegado a la Argentina para el primer festival de Mar del Plata. Al regresar a Canadá, llevaba cuatro quenas para su colección de instrumentos musicales. El regalo se lo había hecho un admirador y por ese entonces ya reconocido realizador local de animación experimental.[1]

Muchos chicos de los años setenta y ochenta lo recuerdan con cariño: Víctor Iturralde fue el conductor del ciclo televisivo de Canal 13, *Cineclub Infantil*.[2]

Grandote, con aspecto que combinaba por partes iguales a un tío con un maestro de escuela, químico, crítico de cine de inteligencia singular, Víctor Aytor Iturralde Rua o VAIR comenzó a experimentar con el dibujo animado a principios de la década de 1950. Consciente o inconscientemente, sus primeros trabajos están emparentados con aquellos que Norman Mc Laren desarrolló para la National Film Board canadiense. El trabajo directo en película, tanto por raspado como dibujando y pintando directamente sobre el material, fue un campo para ejercitar su gran curiosidad con un fresco sentido del humor.

Fue así como comenzó a desarrollar una filmografía propia, donde el término "artesanal" nunca ha estado mejor aplicado. *Ideítas* (1952) se dibujó directamente sobre material fílmico reciclado. *Hic* (1953) su primer trabajo de película raspada, jugaba con las formas a partir de

[1] La anécdota fue registrada en una de las revistas de Guillermo Divito, donde se llamaba a Iturralde "un Mc Laren argentino". Felka: "Norman Mc Laren, el genio desconocido del festival cinematográfico de Mar del Plata", *Chicas*, nro. 162, mayo 1954, pág. 24 y 25.
[2] Anteriormente había participado en *La luna de Canela* (Canal 7, 1971/3).

una supuesta borrachera de líneas.[3] En un momento había botella y mesa, pero la mayor parte del metraje estaba dominada por diagonales, espirales, leyendas casi subliminales, en un baile frenético y sorpresivo. Luego de terminar *Puna, Piripipi y Baladita* (1954), también dibujada sobre material fílmico, su inquietud lo llevó a presentar sus trabajos a la empresa Suchard, ofreciendo sus servicios para elaborar un corto artístico donde incluiría la marca.

La propuesta fue aceptada, dando como resultado el comercial experimental *Sugus*, sorprendente demostración de lo que se podía hacer cuando el mundo empresarial confiaba en el esfuerzo creativo privado, sin interferencia en la libertad creadora del artista. De este modo, los famosos negritos de Sugus (creados por Blotta padre hacia 1952 para la marca de caramelos masticables), nadan, corren un tranvía, se metamorfosean en palabras o el logo de la empresa en un resultado que fuera exhibido dentro de la tanda de comerciales cinematográficos, aunque bien merecería haberse incluido dentro de las "variedades". Un logro fuera de lo común, que además, en un caso hoy increíble, abrió la puerta a que otras empresas, como YPF, Peugeot o La Campagnola, le encargaran comerciales con la misma técnica.

En el plano artístico, su labor continuó en 1956 con *Duerme liebrecita*, y en 1961 con *Botellita*. Tal vez su obra más citada sea *Petrolita* (1958/9), realizada en blanco y negro y *cinemascope*, que le valió el primer premio de Gevaert Argentina.

Estudioso del cine y la literatura infantiles, ejerció la docencia como profesor en la UBA, escribió artículos en revistas como *tipoGráfica*, recibió ocasionales homenajes como en el Festival Tiempos Cortos de 1997, fue autor de libros y ejemplo de desinterés y apasionamiento. Hasta el fin, fue un fanático experimentador de los medios alternativos, con quimeras como la manifiesta voluntad de instalar una pantalla de alfileres en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires, para emular a Jacques Drouin y Alexander Alexeieff.[4]

Junto con las quenas, McLaren dejó el Alvear Palace Hotel llevándose una copia de *Hic* para el National Film Board. Una década más tarde volvería a tomar contacto con otro realizador argentino.

---

[3] Mucho tiempo después, Eduardo Villar realizaría con esa técnica el corto *De los años oscuros*, a propósito de la Guerra de Malvinas.

[4] La anécdota es narrada humorísticamente por el propio Iturralde en: "Alexander Alexeieff y Lotte Reiniger", en *tipoGráfica*, año X, número 28, 1999, pág. 4.



El mundo increíble de Luis R. Bras y su descendencia

Entre todos los segmentos integrantes de *The Planet*, megaproyecto de Pablo Rodríguez Jáuregui de reunir a distintos animadores y dibujantes para ilustrar temas de Fernando Kabusacki, hay uno que se destaca notablemente.

Se trata de cuerpos geométricos que se curvan y mutan de forma plástica con gracia y delicadeza. El trabajo no está terminado, pero la animación que puede verse en la pantalla es de primer nivel y supera ampliamente los otros esfuerzos. Este homenaje póstumo a Luis Bras forma parte de una pequeña reparación a quien en vida trabajó en Rosario de una manera tan intensa como desapercibida para críticos e historiadores porteños.

Profesor de dibujo en esa ciudad, pionero de la publicidad animada rosarina en la productora Cinematográfica del Litoral, llegó a producir más de tres centenares de cortos animados, incluyendo un ícono de la zona: el ñandú que comía bulones de Píldoras Radicura.

Con los años iba a ir desarrollando casi en el total anonimato una obra digna de figurar en cualquier cinemateca del mundo, casi siempre estrechando aun más la relación entre música y cine, las dos artes que más cercanas están según Federico Fellini.

Una oportunidad única llegó en 1966, cuando asistió al primer Festival de Cine Experimental y Documental en Córdoba.

Conocedor de la obra de Norman McLaren, Bras tomó contacto personal con el realizador, enseñándole sus obras e intercambiando datos. Bras, por ese entonces, definía a su labor artística como simples "entretenimientos estéticos".

De uno u otro modo desarrolló una obra personal, fanáticamente dedicada a la animación en distintas técnicas. En *Bongo Rock* (1972), trabajó con una vieja púa de fonógrafo raspando el material para lograr un sincro perfecto y rítmico a partir del *single* que, con el tema del mismo nombre, interpretado por el grupo Bongo Band, tuvo su popularidad por ese tiempo. Debido a la manera de trabajar de Bras, ultra independiente, por momentos caótica en su archivo, este corto se perdió en el envío a un festival y tuvo que ser rehecho en dos oportunidades: una en 1974 por pérdida de la copia única original y otra en 1992, en el National Film Board de Canadá.

Con *Danza de los cubos* (1976), logró que el cuadro a cuadro de objetos tridimensionales alcanzara un nivel expresivo inimaginable *a priori*. Más de mil docientos cubos de telgopor forrados en cartulinas bailan, se cruzan, cambian de colores en formaciones geométricas sobre una superficie de un metro y medio por un metro y medio.[5]

Bolero, a partir de la obra de Ravel, alcanza lo imposible: partiendo de película velada de Super 8, trabaja raspando y pintando cada fotograma, alcanzando un sincronismo entre banda musical e imagen que cuesta entender cómo se logró. Tal era la sensibilidad y conocimiento del material con el que trabajaba.

En *Danubio Azul,* en cambio, partió de una guía más estricta: una hoja pautada con diagonales que cubren toda la pantalla es recorrida por rectángulos de color en perspectiva, que se multiplican, pliegan, y despliegan produciendo un efecto cautivante, que hace olvidar al espectador que se está en presencia de dibujos en 2D. El *tempo* y el dinamismo de este corto son un triunfo de la plástica.

En 1992 recibió una beca para pasar dos meses en Montreal. Ya muerto McLaren, pero con el recuerdo de su encuentro con el escocés, en el National Film Board pudo entonces restaurar el original 16 mm de *Bongo Rock* y redibujar otra versión, rehacer *Danza...* y *El Danubio*.[6]

Con los años y la dificultad para acceder a material fílmico de paso reducido, comenzó a experimentar en la animación computada, con una hoy primitiva *Amiga.* De esa última etapa quedan pruebas con luz y formas. *El tema de los de temas* (1995) retoma en parte las intenciones de *Danubio Azul.*

Por ese entonces su obra comienza a tener algún tipo de difusión, gracias a la labor de rescate llevada a cabo por su discípulo-biógrafo-amigo Pablo Rodríguez Jáuregui, junto a Fernando Martín Peña, la revista *Film* y el programa de Canal 7 *Caloi en su tinta*.

Recluido en la calle San Lorenzo de la ciudad de Rosario, Rodríguez Jáuregui llega a registrarlo en su sótano / estudio poco antes de su muerte, en el corto de 25 minutos *¿Conoce Ud. el mundo animado de Bras?* (2000). Allí podemos ver a un hombre mayor, de pelo largo y ralo, repasando su trayectoria y simbolizado por delicados dibujos animados de Rodríguez Jáuregui. Entre las casitas y campos sembrados

[5] El dato fue aportado generosamente por Pablo Rodríguez Jáuregui, quien facilitó copias de los cortos de Bras a propósito de este libro.

[6] Pablo Rodríguez Jáuregui "Rosario-Montreal-Rosario. El recorrido de Luis R. Bras". *Film* 16 octubre / noviembre 1995, pág. 32/33.



de sus maquetas gigantescas e improbables, colgadas del cielorraso, abriendo cajones que guardaban cientos de poliedros pequeños para animaciones en 3D, se puede descubrir una parte de este creador de metamorfosis capaces de hacer humorístico o emocionante algo aparentemente abstracto o frío. Tal vez la frase que más lo ubique en cuanto a su naturaleza artística es la que pronuncia en un momento del video: "Así son mis trabajos y mis experimentos. Puede ser que gusten y trasciendan. Eso es lo que más deseo".

A la muerte de Luis Bras, Pablo Rodríguez Jáuregui convirtió el mítico sótano del maestro en la sede de una productora, El Sótano Cartoons. *The Planet* es hasta ahora su esfuerzo más ambicioso y lírico. Con la participación de Silvia Ambres, Florencia Balestra, José María Beccaría, Julieta Boccardo, Max Cachimba, Hugo Cava, María José González, Silvia Lenardón, Luis Leonart, Andrea Ostera, Mónica Peralta, Diego Rolle, Semilla y Esteban Tolj, sumados a trabajos del propio Pablo Rodríguez Jáuregui y el citado boceto inédito de Luis Bras, se trata de un colectivo de casi una hora de duración (55 minutos), que ilustra el disco homónimo de Fernando Kabusacki. El resultado es desparejo, orillando en algunos momentos lo lírico y en otros lo tedioso, pero es indudable el esfuerzo con el que ha sido realizado y la búsqueda expresiva más allá de los patrones de la animación actual.

Pantalla chica, oportunidad grande

La televisión pronto llegará, yo te cantaré y tú me verás
Estribillo de un mambo popularizado hacia 1950.

Luego de la quiebra de Emelco como productora de largometrajes (1951), Kurt Lowe se dedicó con exclusividad a los comerciales de cine y la producción de prensa filmada, cambiando el nombre de su empresa por Lowe Argentina.

En realidad, la empresa ya tenía un departamento de dibujos animados desde 1940, con la dirección de Juan Oliva, llegando a contar con una sección especial dedicada a la animación con muñecos, dirigida por Humberto Federico. Ahora la televisión y el cine demandaban dibujos animados de rápida concreción. Una oportunidad histórica que no iba a dejar escapar Manuel García Ferré, nacido en Almería, dibujante de la historieta "Pi Pío" en *Billiken*, joven creador de dibujos animados para consumo exclusivo del mercado hogareño burgués, que poseía proyectores de 16 mm.

Kurt Lowe lo contrató a los 24 años.[1] En 1956 se hizo cargo de la dirección del departamento de Lowe. La elección fue acertada, porque, si bien en el campo televisivo llegaron a coexistir decenas de productoras, en el cine Lowe llegó a tener el monopolio, dando trabajo a un centenar de empleados.

Hasta mediados de siglo encontramos como medios influyentes del dibujo animado por un lado el cine, por el otro el humor gráfico. En 1951 se agregó el que tendría un carácter definitivo en cuanto a darle a ese arte la característica de profesión: la televisión.

[1] "Ferré", Entrevista de Ezequiel Juárez con introducción de Fernando M. Peña en revista *Film*, número 16, octubre / noviembre 1995.

Ya en 1952, Leonardo Goilenberg, fundador de Cinepa y pionero del cine con muñecos, fundó la empresa Kinevisión con el objeto de producir publicidad para televisión, inicialmente en vivo y en placas (en ese momento eran placas de cartón colocadas en un atril y tomadas por cámara, después serían *slides*).

El 7 de julio de 1954 se exhibió por LR3 Canal 7 lo que podría llamarse el primer comercial de la televisión argentina no producido en vivo: una serie de fundidos con pretensiones de animación para Coty.

Más allá de los departamentos de productoras dedicadas al cine publicitario, un fenómeno de la época lo constituyó la aparición hacia 1955/60 de una gran cantidad de empresas dedicadas en exclusividad al dibujo animado publicitario: MC Films (de Marcos Casado Sastre, Oscar Baigorria, Jorge Michel y Héctor Vena), Publifilm (José Zalmero), Ubaldo Galuppo y Jorge Caro a su regreso de Perú. GB Aries, luego Gil y Bertolini, uno de los referentes pop de fines de los sesenta, donde tuvieron participación talentos como Oscar Grillo y Miguel Nanni. CI-TE-CO (Tiberio "Yiyo" Adam y Mauricio Jakab), Maherlandia (de Mario y Eduardo Maher), Producciones Constantini (Carlos A. Constantini), Producciones Lambert (de Oscar Desplats y Néstor Córdoba), Yuyo´s Film (de Mario y Aquiles Bertiller). Producciones Cses (Hugo Cses, por años vinculado a García Ferré en sus proyectos editoriales y de animación), MEPA (Néstor Paternostro, con dirección de arte de Catú, seudónimo de Jorge Martín), Producciones Cristal (de Fernando y José Venegas), Producciones Avance, de Alberto y Enrique del Castillo, Osvaldo García y Matías Domínguez y luego Printer Avance con Carlos Ceretti y Oscar Blotta. Y finalmente Producciones García Ferré.

La publicidad, en la Argentina de incipiente industrialización de segunda mitad de los años cincuenta y primera mitad de la década siguiente, posibilitó que se formara una verdadera industria, que dió trabajo a realizadores ya consagrados o veteranos (Burone Bruché, Caro, Juan Oliva) y que formó a una nueva generación con éxitos en el país y exportación al mercado europeo (Del Castillo, Desplats, Grillo, Guillermo Mordillo).

El auge se vería reflejado en la creación de instituciones gremiales como una Cámara Argentina del Film Publicitario de Dibujo Animado (1960) o la Asociación de Productores de Dibujos Animados (1961) y

hasta la realización de un Primer Festival de Dibujos Animados Argentinos (1961).

Auge del cortometraje y presencia de la animación

La evolución de todo un movimiento de cineclubistas, críticos y espectadores, iniciado en los años cincuenta, sumada la implementación de leyes de protección, tuvo como consecuencia un momento de auge del cortometraje entre 1958 y 1964, y una generación ávida por expresarse cinematográficamente, superadas las restricciones impuestas por el gobierno del general Perón en su segunda presidencia. Dentro de un esquema industrial totalmente cerrado para los jóvenes, el corto constituyó la salida natural para sumar experiencia profesional y disponer de un vehículo expresivo, que por una vez tuvo difusión en salas (la mayoría de los trabajos realizados en esta época son en el formato de 35 mm), una legislación que le otorgaba "las mismas prerrogativas que a las películas de largometraje"[2] y un interés por apoyar su realización. De este modo y sin que sus integrantes tuvieran un punto en común mayor que su inquietud y su contemporaneidad, se formó la que pasaría a la historia como la *Generación del Sesenta*.

En ese marco, el cine de animación tuvo una participación acotada pero llamativa.

Junto al animador de muñecos Carlos González Groppa, citado en otra parte de este volumen, producen en el período Héctor Franzi, Víctor Iturralde, Catú, Irene Dodal, Carlos V. Ochagavía, el veterano Burone Bruché y hasta Ricardo Alventosa, que con animación de Irañeta y Román, dirige en colores *Una historia negra*, corto de un rollo sobre la historia del petróleo, tema recurrente durante la presidencia del Dr. Frondizi (1960).

La difusión de este material ha sido prácticamente nula en décadas posteriores, exceptuando los intentos de apasionados coleccionistas e historiadores como Fernando Martín Peña, Octavio Fabiano o Cristian Aguirre e instituciones como el Club del Cine, Cine Club Nocturna o la filmoteca del Malba.

En ese grupo de creadores que llega al corto en esos años, Franzi se destaca en el poco frecuentado camino de la animación cuadro a cuadro de objetos bidimensionales, produciendo dos cortos memora-

[2] Jorge Miguel Couselo: "Realidad del cortometraje (hasta 1964)", *Cine Corto Argentino 1958/1964*, (Catálogo de la muestra en el Centro de las Artes de Expresión Audiovisual Instituto Torcuato Di Tella, 15 al 19 de diciembre de 1964). Buenos Aires, 1964, pág.10.

bles: ***Mambrú*** (1958), a partir de la célebre canción popular y realizado pacientemente con recortes, y el estéticamente bello *Collage* (1962), en el que, valiéndose de una colección de antiguas tarjetas postales, traza un panorama de las costumbres entre 1900 y 1930. El uso de puntillas, tules, orlas y tramas, enriquece esas fotos coloreadas a mano en una demostración de gracia y uso ingenioso de los recursos a cargo de Delia Raquel Safigueroa, emparentada con las corrientes de diseño gráfico de la época. En 1964 Franzi realiza ***Kechuografías***, en la que los símbolos utilizados en la alfarería chaco-santiagueña muestran su evolución a través del tiempo.

Oscar Desplats, productor de éxitos

Es verano en 1959 y un oso polar se escapa del zoológico, causando una conmoción en la ciudad. Su huída tiene un objeto preciso: ir a una casa de artículos del hogar y llevarse una heladera para su jaula en el zoo. Sin ningún tipo de análisis psicológico, un locutor eufórico insta al espectador a imitar al oso y comprar una heladera Star. El estilo del dibujo es rústico desde lo artístico y *naïf* desde la historia.

Este corto animado, primitivo como muchos de fines de los cincuenta, tiene la particularidad de ser el primer comercial fílmico que se proyectó por el Canal 7 de la televisión argentina. Ponerlo al aire no fue sencillo, ya que en ese entonces toda la publicidad emitida por ese medio era actuada en vivo y la inserción de un aviso en formato diferente no era muy bien vista.

Aquel oso acalorado sería el primer éxito en la carrera de Oscar Desplats.

Su primer contacto con el dibujo animado lo había tenido a los doce años, cuando comenzó a estudiar con Juan Oliva. No eran éstas clases dictadas en ninguna escuela o universidad, sino por el entonces muy difundido sistema de enseñanza por correspondencia, un fenómeno que merecería un estudio, ya que en la Argentina llevó a la proliferación de cursos tan variados como de técnico en radio y televisión, enfermería, bonsai y hasta astronaútica, la profesión del futuro.

Oliva, como lo haría Divito años más tarde, también hubo de explotar su nombre como dibujante impartiendo cursos que ponían en contacto con su técnica a aficionados de todo el país. El sistema le

sirvió al joven Desplats, porque una vez superada una etapa en que se dedicó a recorrer el mundo como parte de la marina mercante, sin dejar de dibujar a bordo, armó con aquellos trabajos una carpeta que le permitió conseguir trabajo en Lowe, donde Manuel García Ferré lo contrató como dibujante y asistente de animación. El gobierno de Perón había prohibido la publicidad en los cines, pero con el cambio de gobierno la medida fue levantada, con lo que las agencias y anunciantes se volcaron hacia la pantalla grande, ahora redescubierta.

Se hacían dibujos animados y animaciones con muñecos, y también los denominados *filmlets*, poco más que placas con muy poco trabajo de animación y que servían como alternativa para clientes con bajo presupuesto.

El trabajo era verdaderamente en serie y los dibujantes nunca llegaban a ver el producto terminado. Tampoco cobraban horas extra, lo que derivó en un conflicto gremial, su participación como delegado y su posterior renuncia. Esto, dentro de un marco de gran actividad cultural a partir de 1958, motivó en Desplats un apetito voraz por todo lo que fuera una capacitación dentro del mundo del cine. Hoy recuerda: "Como venía mal la mano, me propuse aprender de todo para así volcarlo al cine y estar preparado para, si llegaba el caso, dirigir no sólo dibujos animados sino también comerciales con actores. Filmé muñecos, aprendí escenografía con Gastón Breyer, vestuario con (Eduardo) Fasulo, me metí en el teatro independiente para ver todo, desde la puesta hasta cómo funcionaba la boletería. Había revistas de cine, cineclubes, ciclos especiales; fue una explosión muy grande".

Independizado de Lowe, se sumó entonces a MC Films, la productora que creó Marcos Casado Sastre, reuniendo a profesionales del más alto nivel, contando por ejemplo como director estrella al talentoso realizador de clásicos del cine negro argentino, Román Viñoly Barreto, como director de fotografía al multipremiado Aníbal González Paz y un departamento especial de dibujos animados.

Allí Desplats asistió a Néstor Córdoba. De esa época es el comercial del oso que mencionamos, junto a otros olvidados como la animación de muñecos para el Paño Mágico (un producto para limpiar discos), o recordados como el pegadizo primer jingle animado para el célebre Vaquero Far-West, que Córdoba dirigió, con música de Quique Viola, para J.Walter Thompson. En este corto, la historia mostraba la llegada de un

cowboy a un *saloon*. Los parroquianos comentaban de oreja a oreja que el recién llegado era un auténtico vaquero, hasta que uno lo reconocía y todos bailaban y cantaban el tema pegadizo, que se hizo muy popular por aquellos años, inocentes en materia de exposición catódica.[3]

La etapa de MC merece recordarse como de gran libertad creativa y excelencia profesional, junto a la bohemia y falta de experiencia empresaria, y el legado de un puñado de buenos trabajos, como un sutil comercial donde el entonces modelo Norman Briski dibujaba en el aire un Peugeot 403, que terminaba por hacerse real. O el complemento animado de tres minutos acerca del origen del fútbol dentro del documental *El juego más lindo del mundo*, dirigido por Viñoly Barreto para la Cabalgata Deportiva Gillette (1963).

Desplats, en tanto, comenzó a orientarse más hacia el guión y asociado con Raúl Ávila y Ricardo Rovira fundaron su propia empresa, Producciones Story. Esta etapa lo vería como un auténtico hombre orquesta, dirigiendo comerciales de acción viva, animaciones, títulos, presentaciones para programas de TV, la animación de caricaturas de Landrú para incluir en el noticiero cinematográfico *Sucesos Argentinos* (1967) y los celebrados separadores ideados para el mega musical de Hugo del Carril *Buenas noches, Buenos Aires* (1964), que terminarían siendo la única parte de la película con crítica favorable. En Producciones Story se crearían algunos hitos de la animación publicitaria nativa, como los primeros "mosquitos de Raid", creados en el país en 1969, que hasta ese entonces venían de los Estados Unidos y sólo se hacían modificaciones mínimas como el cambio de alguna palabra en inglés por su equivalente en castellano. O las originales y aristocráticas perritas para Vieníssima de Tres Cruces, ideadas por Hugo Casares y dibujadas por Raúl Ávila.

Después de la aventura problemática de Mafalda, detallada en otra parte de este volumen, Desplats se asociaría con Catú en Dianar (Dibujos Animados Argentinos), obteniendo premios y trabajos a lo largo de los años setenta, destacándose una compleja etiqueta animada de Martini (1977) y una metamorfosis muy bien lograda para el desaparecido Banco Internacional, que Catú dibujó con sus propios dedos entintados.

Un intento de aprovechar el furor desatado por la inminencia del Campeonato Mundial de Fútbol de 1978 sería el reglamento del fútbol en historietas y micros animados auspiciados por Adidas. La

[3] El jingle decía: "En todas partes donde vayan causan admiración /porque no hay nadie que supere nuestro valor /es para todos el primero /el auténtico vaquero /es el vaquero Far West".



serie de cuarenta capítulos de un minuto de duración, se llamó *Balón, Mascota y su ballet* y a pesar de su escaso éxito quedó como una galería de personajes muy bien desarrollados. Otra búsqueda dentro de lo educativo fueron los *Poemas en burbujas*, animaciones a partir de la lectura de la obra de poetas latinoamericanos (1980).

Separada la sociedad con Catú, los años ochenta serían los de la renovación tecnológica y hacia fines de la década la incorporación de la computación, por medio de equipos Amiga 500 y 3000, que permitieron por primera vez la colorización de un comercial (Clasirring, para los clasificados telefónicos de Clarín) por vía digital.

También cabe mencionar los de la producción del corto de las *Buenas Noches de Casimiro*, personaje de Edgardo Albarracín, dibujado por Córdoba, Jorge de los Ríos y Carlos Agüero, con letra de Carlos Trillo y dirección de Desplats, que se emitió como anuncio del cierre de horario de protección al menor en 1982. De éxito fugaz pero éxito al fin, Casimiro se exportó a España y hasta tuvo su descendencia a la distancia y del otro·lado del Río de la Plata como el Gallito Juan, que cumplió funciones similares en el canal 12 de Montevideo (Uruguay) en 1987.

Desde los noventa, Oscar Desplats ha continuado su labor, muchas veces junto a su hijo Ricardo W. Desplats[4] especializándose en animaciones 3D y dedicándose fervorosamente a desarrollar nuevos proyectos en la docencia, mientras continúa admirando a Mc Laren.

Catú, creatividad y permanencia

Su nombre poco y nada dice al público en general. Sus personajes, creados para la televisión, hablan por él. Jorge Martín o Catú, fue creador y responsable durante años de dibujos animados como las perritas de salchichas Vienísima de Tres Cruces, los animales de Bananita Dolca (muchas veces, animaciones a partir de dibujos del ilustrador publicitario Roque Pronesti), la adaptación argentina del *pattern* internacional Fido Dido de Seven Up o las decenas de versiones argentinas de los mosquitos de Raid.

La suya es una trayectoria prolífica, de más de un millar y medio de comerciales animados realizados para la Argentina y otros países de Latinoamérica.

[4] Ricardo Desplats ha trabajado para producciones de Patagonik, realizando composición digital para la tira diaria de *Los Pintín* (1998) y el largo *Los Pintín al rescate* (1999).

Sus inicios en el cine fueron en 1957 y su primera animación publicitaria fue un fotomontaje para una marca de zapatos en 1960. Se trataba del comienzo de una carrera que se prolongaría hasta bien entrada la década de los noventa, continuada por su socio Rovira en la actualidad.

Pionero y siempre abierto a lo nuevo, en 1965 realizó una caricatura animada de Nicolás "Pipo" Mancera para la presentación de sus hoy míticos *Sábados circulares.* En ella, el conductor aparecía en un plato volador y tuvo tanto éxito que se utilizó hasta el fin del ciclo en 1973. Por ese entonces, Catú ya se hallaba involucrado en el mencionado mega proyecto *Mafalda.*

Para el mundo del cine, Jorge Martín dejó también una interesante producción no comercial a comienzos de los años sesenta, lamentablemente no continuada: *La pared* (1962), acerca de los obstáculos y cómo superarlos, de lograda poesía y reconocimiento internacional, y *Compacto Cupé (El señor ajeno)* (1963), que caricaturizaba el crecimiento del automóvil en la Argentina de comienzos de los sesenta y planteaba con humor la existencia de diferentes razas de coches. Un trabajo en Eastmancolor, del que ha sido rescatada recientemente una copia por el historiador y conservacionista Fernando Martín Peña.

Estos dos cortos son ejemplo de síntesis, creatividad argumental y sensibilidad artística. Los mismos que le permitieron desenvolverse con éxito en el dinámico y muchas veces urgido trabajo publicitario, del que fue entre los años ochenta y noventa el referente máximo a la hora de encargar una animación comercial.

De una reticencia inicial al uso de la animación computada, en 1989 protestaba ante la declinación del dibujo animado en la publicidad argentina: "No le encuentro demasiado sentido a estar lidiando con la frialdad de una máquina",[5] para retractarse entusiasmado seis años más tarde: "Soy el primer sorprendido por las cosas que podemos lograr con esta herramienta. Es excitante y me siento afortunado de poder usarla".[6]

Su receta, dada por él mismo en un folleto institucional de su productora, podía definirse de la siguiente manera:

[5] Edgardo Carrera Pereira, "¿Vuelve el dibujo animado?", en *El Publicitario*, año 1 número 3, 15 de septiembre de 1989, página 59.
[6] Folleto *...llamalo a Catú*. s/f, circa 1995.



1° poner una buena idea
2° desarrollarla con algo de magia
3° crear personajes y situaciones que "digan" y que "hagan"
(PALABRA-GANCHO y MUCHA ACCIÓN)
4° ubicar un diseño original
5° llamarlo a Catú, que te da una mano.[7]

González Groppa, *puppet master*

Es tal vez el más activo y exitoso animador de muñecos cuadro a cuadro de la década del sesenta. Su trayectoria, rica en trabajos y logros internacionales, merece al menos una revisión. A pesar de todo esto, desde su partida del país en 1971, Carlos González Groppa ha sido sistemáticamente olvidado en reseñas y artículos periodísticos, salvo alguna proyección televisiva de *Trío*, su corto más conocido.[8]

Con veinte años había comenzado a meterse en el tema en 1955, inspirado por los *Puppetoons* de George Pal para la Paramount.[9] Su interés lo llevó a aprender sin maestros: "me quedaban dos caminos, quedarme con los deseos de hacerlo o aprenderlo yo mismo", decía.[10] Su especialidad fueron los muñecos articulados, construidos en madera balsa, alambre y con pies de plomo, superándose a lo largo de una estimable cantidad de *films* "*stop motion*" de una duración de entre 3 y 4 minutos.[11]

Su labor fue por lo menos intensa en cuanto a cortos animados: entre 1957 y 1958 filmó *Cocktail; Harry; Hum!; Toy; Oh, el amor*, éste último combinado con acción en vivo, rodado en color y premiado por el Cine Club Argentino.

Ya en 1958, el citado *Trío*, con participación de la modelo chilena

[7] Ibidem 6.
[8] En el programa de ATC/ Canal 7, *Caloi en su tinta*. En cámara, el propio Caloi hizo un llamado a la audiencia solicitando información sobre González Groppa. La familia del realizador se contactó con el conductor y dibujante, pero en el ciclo nunca más se trató el tema.
[9] El holandés George Pal (1908-1980), llegado a los EE.UU. en la década de 1940, realizó una serie de cortos en *technicolor* con muñecos animados cuadro a cuadro y protagonismo de la música, ganando un Oscar especial en 1943. Después, como el maestro de los efectos especiales de los años cincuenta obtendría cinco más, llegando ocasionalmente a producir y dirigir largos como el clásico *La máquina del tiempo* (*The Time machine*, EE.UU. 1961) o la extraña *Las siete caras del Doctor Lao* (*The seven faces of Dr. Lao*, 1962), entre otros.
[10] Declaraciones a la revista *Ecran*, en julio de 1958.
[11] En ese período, también realizó cortos no de animación, que mencionamos en carácter informativo: *Yo... y alguien* (1957), *El día, la noche* (1958, a partir de la obra plástica de Libero Badii), *Entre mar y mar* (1958), *Murales de Seoane* (1959), *Mundo plástico de Francisca de los Reyes* (1959).

Alma Montiel, mostraba una agrupación de jazz integrada por piano, batería y contrabajo, con instrumentos de silueta apenas sugerida por alambre. El corto, realizado en 16 mm, recibió premios en Carcassone, Cannes, Monte Catini y Rapallo. Por su trabajo comenzó a ser reconocido como el primer realizador en Argentina de películas de muñecos animados y sus cortos se pasaron por Canal 7.

En la misma temática musical, ***Frank*** (1959), también recibió medalla de plata y mención de honor en Cannes, y menciones en Carcassonne y Olbia (Italia).

Su filmografía continuó con ***Magia*** (1960), ***Misky y Herb*** (1961), ***Dos*** (1962), con un nuevo premio en Cannes y ***Ugu*** (1962).

Paralelamente, abrió su productora de cine publicitario *Producciones González Groppa* y comenzó su sueño de realizar series de TV en fílmico para una venta al exterior nunca concretada.[12]

En 1962, consiguió algo que hoy puede sonar imposible: *El show de Mario Clavell*, emitido por el Canal 7 de Buenos Aires, incluyó semanalmente un corto especialmente producido por él. Los muñecos con instrumentos transparentes, presentaban o interpretaban distintos temas, siempre con preferencia por el jazz. El repertorio incluía música de Stan Kenton, Duke Ellington, Benny Goodman, Nat King Cole, Harry James, Ray Conniff, Count Basie y la intervención de humanos -preferentemente caras bonitas- como Lolo Prat, Alma Montiel, Martha Valdez, Ilda Guzmán, etc. La ambientación era tanto en escenarios diseñados a tales efectos como en exteriores de parques, la calle, terrazas o interiores en locaciones.

Esa primera mitad de década tuvo en González Groppa a un referente del cine de animación con muñecos, con empresa propia en la que produjo y dirigió cortos publicitarios.

Combinando lo artístico con lo comercial, en 1966 llevó a la televisión por Teleonce y con aire dos veces por semana durante seis meses, a los personajes de Landrú, por única vez como muñecos. El objeto era vender publicidad a la manera de los cortos de Anteojito y

[12] De ese esfuerzo que hoy resulta al menos curioso y admirable, quedarían los pilotos de tres series: *Lisandro Sosa, matrero* (1960), gauchada con Pedro Alcandro como protagonista; *Cámara 4* (1964/5), ambiciosa serie de aventuras de un libretista en búsqueda de historias reales, protagonizada por Carlos Muñoz, Irene Roux y Eduardo Vener. Con el foco puesto en el mercado de los EE.UU., país que González Groppa visitó por primera vez en 1964, estaba ideado como un ciclo de treinta y nueve episodios, con primeras figuras invitadas. El último piloto, de una hora de duración y ya bajo el influjo pop sería *Diamantes Envasados* (1969), historia de espionaje rodada en inglés y protagonizada por el entonces muy conocido y bondiano modelo Eleodoro Lozzi, junto a Marta Cerain, Jorge Landó y Eduardo Vener. El director recuerda que el INC consideró el proyecto como "muy violento".

Antifaz, esto era, por medio de una pequeña situación que sirviera para incluir menciones de marcas y productos. El proyecto, de un resultado encantador en la realización de los personajes y su espíritu, se llamó *Lo que el viento se Landrú*. Contó con escenarios dibujados por el propio creador de Tía Vicenta y los muñecos reprodujeron fielmente a la *Tía, María Belén, El señor Porcel, El Señor Cateura, Alejandra, Chonchón* y otros seres nacidos en la mítica revista *Tía Vicenta* y su continuadora en la censura *María Belén*, en un raro caso de adaptación que se encuentra a la altura del original plano e inmóvil del humor gráfico.

Su último gran intento en la Argentina es otro ambicioso proyecto, en 1969, en un momento en que tanto las series inglesas de Gerry Anderson como la llegada de María Perego y su *Topo Gigio*, ponen en la consideración masiva el empleo de muñecos.[13] Pensado para un público infantil, *Gordon Venuti* era el nombre de un investigador privado genial, anteojudo, corto de vista y rodeado de aventuras y hermosas chicas. El libreto estaba a cargo de Carlos Basurto y la música era de Horacio Malvicino. Filmado en color, en capítulos de siete minutos, estuvo idealmente proyectado tanto como serie televisiva como para su explotación en cines y posible comercialización exterior a cargo de la Paramount. Se realizó un episodio piloto *La bomba de talco*. No obstante, Gordon Venuti quedó sólo en eso. Desalentado y con ganas de ver concretados sus proyectos, González Groppa decidió entonces probar fortuna en México, donde se instaló en 1971. El comienzo pareció darle la razón: siempre con su técnica y sus muñecos, entre 1972 y 1974 pudo realizar finalmente un largo de 65 minutos (80 según otras fuentes) y color, inspirado en Homero: *La Odisea de los Muñecos*. Producido por la Dirección General de Educación Audiovisual del país azteca, el *film* fue vendido a distintos países, pero hoy se encuentran muy pocos datos sobre el mismo en las fuentes habituales de historia del cine mexicano. En México D.F. se exhibió al menos dos veces, en agosto y septiembre de 1975.

El fracaso en la explotación de la película y una suma de desencantos, lo convence de "que el cine no se había hecho para mí"[14] y durante años se dedicó a ser el guionista de los especiales de Silvia Pinal para la TV, entre los que adaptó clásicos tan variados como *El príncipe idiota* o *Viñas de Ira*.

[13] De origen italiano e inmediato éxito popular, el *Topo Gigio* tuvo su debut argentino en el programa *La galera* (Teleonce, 1968), interactuando inicialmente con el conductor del ciclo Juan Carlos Mareco, "Pinocho".
[14] Entrevista telefónica con el autor, noviembre de 2003.

En 1978, cansado del modo de vivir en México y la falta de espacio para sus proyectos, decidió viajar a Los Angeles donde se radicó, para dedicarse de lleno a la labor periodística, escribiendo comentarios de música y finalmente como director de la revista especializada *Tango Reporter*, firmando como Carlos G. Groppa. Como especialista y siempre cercano a la música es autor de un libro sobre la historia del tango en los EE.UU.[15] y vive completamente alejado del mundo del cine de animación, lo que no le impide seguir siendo el más importante realizador en la materia que haya habido en la Argentina.

[15] *The Tango in the United States, a History*, Mc Farland, Jefferson NC, EE.UU.

García Ferré: mascotas al ataque

Yo hago las cosas como las siento. No analizo demasiado.
Manuel García Ferré, a Sandra Comisso en *Viva*, mayo de 1995.

El comienzo de los años sesenta supuso, para países latinoamericanos como Brasil y Argentina, una oportunidad de tomar contacto con el mundo desarrollado. A la industrialización y modernización propuesta por los gobiernos de ambos países siguió una evolución en el estándar de vida de la clase media, con consecuencias tales como un mayor acceso a la primera motorización familiar, la generalización de todo tipo de artículos de material plástico y una inédita oferta y adquisición de electrodomésticos. La postal ineludible del paisaje de esa época quedará representada por un cielo urbano poblado de antenas de televisión.

Lejos de ser el producto de lujo de la década anterior, el nuevo fenómeno no era la caja boba en sí, sino la posibilidad de tenerla en el hogar, como elemento no tanto de *status*, sino de pertenencia social. En el caso de nuestro país, Canal 7 de Buenos Aires dejó de ser el único en 1960, sumándose sucesivamente Canal 13, Canal 9, Canal 11 (en 1961) y finalmente Canal 2 de La Plata (en 1966), lo que supuso por primera vez un marco de competencia artística y comercial.

Mientras Canal 7 se mantuvo como el único canal, no se pudo hablar de la televisión argentina en términos de medio masivo. Esto redujo los costos para los anunciantes y agencias de publicidad: muchas tenían espacios propios y producían programas para sus anunciantes.

Hasta entonces, los anunciantes no le habían dado demasiada

importancia a este nuevo medio que les aportaba poco y nada de audiencia: las grandes marcas y las empresas de peso seguían fieles a una radio ya en decadencia.

De esta manera y como las tarifas eran bajas para tratar de vender espacios, la TV de la primera época se pobló de anunciantes no tradicionales, casas de artículos del hogar del barrio del Once, tiendas y empresas pequeñas o medianas que nada tenían que ver con las grandes firmas de la Argentina industrial.

Héctor Peres Pícaro, La Casa de las 1000 toallas, heladeras, elevadores de tensión y decenas de marcas ya hace mucho olvidadas compraron, a precio de nada, segundos y segundos de publicidad catódica.

Así fue posible ver, durante la segunda mitad de los años cincuenta, a empresas mayoristas o marcas de segunda línea poblando la pantalla con sus comerciales, que pueden dividirse en dos grandes categorías: en vivo o animados, quedando los filmados relegados al cine por tener un costo mayor de realización. En cuanto a los dibujos, hay de todo: estética y creativamente hoy puede verse material de calidad muy dispar. Animales inverosímiles, fondos pintados a las apuradas, animaciones limitadas, personajes plagiados de otros existentes, letras en relieve animadas cuadro a cuadro, placas apenas animadas. Visto hoy en día, ese material parece algo crudo y elemental.

Sin embargo, la llegada de canales a cargo de gente con experiencia internacional en televisión (el 13 con Goar Mestre y su *know-how* cubano previo a Castro), o nacional en publicidad y cine (el 9 con Kurt Lowe, amo de la publicidad filmada y ex estudio Emelco) hizo que pasaran a la prehistoria los tiempos heroicos de los avisos a cámara en vivo, con sus anécdotas de furcios y errores.

El mundo de la TV, o mejor dicho los Estados Unidos, único referente en la materia, vivía un auge del dibujo animado.

Los viejos conocidos y multiganadores del Oscar, Hanna-Barbera, reciclaban la animación sintética que había intentado la UPA unos diez años antes, llevándola a un plano industrial fácil de producir. Si un corto animado de cine tenía una elaboración especial y una calidad determinada, trabajar para la TV suponía tener dibujos listos para soportar una frecuencia semanal de proyección. Así fueron naciendo una centena de productos creados específicamente para la pantalla chica y que se basaron en una animación limitada y económica en

movimientos. Si el personaje tenía que hablar, lo único que se movía era la boca; si corría, un círculo con pretensiones de rueda a la altura de los pies bastaba para dar el efecto. Basta con ver los primeros capítulos de *Los Picapiedras* y comprobarlo. La publicidad tomó esa manera accesible de hacer dibujos animados, algo que ya no era un complicado y costoso proceso artesanal, sino un procedimiento rápido y efectivo para llegar a la gente con una pieza simpática e impactante. En ese momento, una gran parte de los comerciales que se veían en una tanda estaban dibujados.

Este afán de diferenciarse del resto derivó en la búsqueda de personajes simpáticos, que pudiesen identificarse con una marca o producto determinado. En los Estados Unidos podían tener celebridad nacional *Speedy*, un nene con una pastilla de Alka Seltzer usada como sombrero (en la Argentina se llamó Pron-Tito). Los bichitos de Raid (creados por el maestro de la animación y rey de los *cartoon* Tex Avery) o el Tigre Tony de Kelloggs. En nuestro país el fenómeno derivó en una fiebre de mascotas y personajes emblemáticos, que se extendería hasta fines de la década y un poco más también.

Una lista podría incluir, en el ámbito local, a los gatitos de Lanas San Andrés (el primer Martín Fierro de García Ferré en 1960), la pandilla Mantecol, la nenita de zapatitos Touson, el oso de Frávega, el tirolés acordeonista de ceras Suiza, los alemanes de cerveza Bieckert... Para que se pueda comprender bien la enorme popularidad de estos personajes, de muchos de ellos se fabricaban muñecos, no para regalar como material promocional sino para su venta masiva en jugueterías. Muchos años después este fenómeno se recrearía con el *merchandising* de "La Llama que llama" (Telecom/Agencia: Agulla y Baccetti).

Los chicos los pedían y los padres se los compraban, compitiendo con personajes de Disney. Así nacieron Anteojito y Antifaz. Como el ingenio no tiene límites, se instrumentó como medio publicitario pasar un micro televisivo de dibujos animados de dos minutos, incluyendo la mención de cuatro o cinco anunciantes. García Ferré, independizado de Lowe en 1959 y exitoso creador de comerciales animados, había presentado su propuesta a Canal 13 pero ésta fue rechazada, al parecer con escepticismo, con lo que buscó fortuna en Canal 9 que la aceptó de inmediato.[1]

[1] Según recuerda Néstor D´Alessandro, colaborador cercano de García Ferré, esta falta de visión de Goar Mestre lo llevó años después a aceptar "sin verlo" el proyecto *Hijitus* para Canal 13. Fuente: Néstor D´Alessandro "El Hombre Orquesta -segunda parte-", nota sin firma en *Plan TV*, Temporada 1/Programa 4, Febrero 2000, pág. 11.

Intríngulis-Chíngulis

Por ese axioma de que los dibujos se parecen a quienes los dibujan, y como Manuel García Ferré lleva grandes lentes, es llamativo que varios de sus personajes los lleven. Calculín, Anteojito y el flaco alto de la pandilla creada para el gran postre Mantecol, de Georgalos. Este último y Calculín lucen unos traumáticos anteojos con esfera blanca que no permiten que se les vean los ojos.

A Anteojito en cambio, sí: el cristal no parece existir y las patillas voladoras están muy lejos de las orejas. Se trata más de un recurso gráfico que un elemento funcional para el personaje. Si hablamos de referencias visuales o por el hecho de ser parte de una misma época, esta primera aparición tiene un cierto parecido con algunos de los *Terrytoons* de ese momento: cabeza ovalada, piernas y pies esquemáticos sin división aparente entre pantalones y zapatos, moñitos en el cuello son algunos de los puntos en común con, por ejemplo *Tom Terrific*, el niño que dibujó Gene Deitch hacia 1958 y que usaba un embudo como sombrero.[2]

Por su parte, el carácter de Anteojito parece seguir los designios de Mickey Mouse, en cuanto se trata de un abanderado moralmente intachable, un preferido del autor, pero poco atractivo en su unidimensionalidad como personaje. Anteojito es bueno, inteligente, valiente, aplicado, lógico y políticamente correcto, vive toda clase de aventuras de las que siempre sale ganador. Siguiendo los patrones universales, tiene a su lado un escudero más tonto y menos valiente que, siguiendo otro de los lugares comunes impuesto para justificar la ausencia de una madre, es su tío, el bueno del tío Antifaz. El esquema clásico de una historieta de Anteojito y Antifaz podría ser: se meten en un problema —no importa en qué época de la historia, lo temporal es otro tópico, arrastrado desde los cortos cómicos de comienzos del cine—, Anteojito lo resuelve, Antifaz aporta su bondad y poco más, y final feliz.

En la canción utilizada como tema principal del televisivo Club de Anteojito y Antifaz y en el largo *Mil intentos y un invento*, el niño le dice: "Tío, tío, tío /yo quisiera ser como vos /tan grande y tan bondadoso /como en el mundo no hay dos."

---

[2] Cocoliero, personaje secundario de *Anteojito y Antifaz*, se caracterizaba por llevar una escupidera/ basinilla/ pelela en la cabeza. Anteriormente, en 1961, García Ferré también había empleado un recurso similar en uno de los chicos de la pandilla Mantecol, pero con una cacerola.



Pero en realidad, el sobrino siempre es quien maneja la situación sin ningún tipo de fisuras e incluso retando a su tío ante cada equivocación. En esa relación no explicada de tío y sobrino, el liderazgo es llevado formalmente por el menor. No hay una autoridad establecida de antemano que no se cumple, como podría ocurrir con el Pato Donald y sus sobrinos, Los sobrinos del Capitán, o los sobrinos del Pájaro Loco. Mientras que ese esquema clásico muestra a niños desobedientes que hacen la vida imposible a sus tíos-tutores, aquí tenemos un sobrino sabihondo que resuelve los problemas de su tío.

Esa perfección, sumada a una voz especialmente chillona, hizo de Anteojito un personaje más aceptado y querido como el nombre de una revista infantil, que como un personaje simpático. Sin embargo, lo novedoso del vehículo, más las canciones con voz chillona y la buena animación de los personajes, llevó muy pronto a Anteojito y Antifaz a convertirse en dos celebridades que se proyectaron más allá de lo comercial.

En 1964 salía a la calle la revista *Anteojito*, con una existencia que se prolongaría hasta fines del año 2000, llegando, en sus mejores momentos, a tirar setecientos mil ejemplares semanales.

Con su aparición, la añeja *Billiken* de Vigil vio sacudido su tranquilo reinado por la llegada de juegos más dinámicos y dibujos más modernos a tono con los gustos de los chicos de la época, tal vez asustados de las tapas que por años había dibujado el maestro Lino Palacio.

El éxito editorial marcó de algún modo el final de la etapa comercial de los micros de Anteojito y Antifaz, que sobrevivieron un par de años más, incorporando nuevos personajes como La Familia Panconara, Panconito y Panconita, que constituyen un antecedente (bastante similar) de Dexter y su hermana Dee-Dee, pero siempre fieles a su inicio como medio publicitario, incluyendo marcas. Es curioso, pero aun en su momento de mayor éxito, Anteojito y Antifaz no dispusieron de una tira argumental propia. Ese privilegio le cupo a Hijitus.

Chuculita, Chuculata

En 1967, con Anteojito ya consolidado como un ícono de los niños, exitoso en revista, TV y *merchandising*, y como fuente de ingresos seguros para su productora, García Ferré encaró su proyecto

más ambicioso, que a la vez terminaría siendo, para algunos, el de mejor resultado artístico y comercial.

Hijitus, un personaje secundario del *comic* ingenioso *Las aventuras de Pi-Pío* es modernizado y dibujado de acuerdo con el gusto infantil de la época.

De apariencia similar a la de Anteojito, se caracteriza por lucir unos seis largos pelos que asoman por debajo de una rotosa galera desfondada, el "sombreritus mágico" que le permite transformarse en "Super Hijitus", *alter ego* con poderes extraordinarios para combatir el mal, a la manera de Superman o el Capitán Marvel.[3] Lo primero que llama la atención es que aquí no estamos ante un tímido que se vuelve valiente (Clark Kent/ Superman, Peter Parker/ Spiderman), ni ante un millonario filantrópico (Bruno Díaz o Bruce Wayne/ Batman, León Hamilton/ Sónoman): Hijitus es un niño de la calle, un linyera que vive en un caño (acondicionado casi con el mismo alegre e incongruente confort de *Los Picapiedras*) y desarrolla una vida más despreocupada y menos dogmática que Anteojito.

Luego de una campaña de incógnita en la que se veía cómo unas latitas cruzaban la pantalla con el sombreritos *Las aventuras de Hijitus* comienzan a emitirse en micros diarios por Canal 13. Tomando el viejo esquema de las seriales cinematográficas o radiales, día a día se va desarrollando "otra apasionante aventura de Hijitus" (el locutor era el peruano Pedro Aníbal Mansilla, también la voz del tío Antifaz), con un gancho al final para asegurarse la audiencia del día siguiente. Los fines de semana, una edición de los cinco capítulos pasados se daba en los programas ómnibus *Sábados Circulares* y *La Feria de la alegría*.

Promocionada como la primera serie de dibujos animados producida en la Argentina para televisión, el éxito fue inmediato. Hablar de sus aciertos formales, conceptuales y hasta industriales, daría para un libro tan grande como los que manejaba el sabio al que consultaba Hijitus.

Un repaso: se filmaban en color —recordemos que faltaban más de diez años de TV blanco y negro— pensando en su posterior explotación, algo que los chicos comprobaron con la primera serie de figuritas *Hijitus*, integrada en gran parte por fotogramas de la serie.

La galería de personajes es de lo más creativa, mezclando tipos universales con otros locales y basándose en las caracterizaciones vocales de Pelusa Suero.

[3] El interesante paralelismo entre Hijitus y el capitán Marvel es planteado por Andrés Accorsi en la revista *Comiqueando*, número 4, agosto de 1994, y rescatada por Judith Gociol y Diego Rosemberg en *La historieta argentina, una historia*, op. citada.



En Trulalá conviven los seres humanos con animales más o menos domesticados (Pichichus, el Búho de Cachavacha), otros para nada domesticados (el Dragoncito cantor, el Boxitracio), con otros antropomórficos y fuera de dimensión (los asistentes del malvado profesor Neurus son tres lauchones a escala humana: Larguirucho, Serrucho y Pucho, notable caricatura del porteño estereotípico en camiseta, ojeroso y enganchado a su *pobre arrabal,* algo así como una cruza extraña entre personajes de Hanna-Barbera y Calé). El comisario, de acento correntino y bigotitos a lo mensú mesopotámico, se moviliza en un *jeep* o motoneta, al son invariable de una chamarrita. Aparte de él, Oaky, el niño rico, entre bebé y enano, es el único que porta armas sin que el padre millonario, Gold Silver, pueda controlarlo en esa realidad de fines de la década del sesenta.

Como en otras historietas de García Ferré, los personajes toman mate y usan giros tomados del habla popular. Años antes de que lo hicieran productos como *Scooby Doo* y *Los Simpson*, incorporaban personajes reales a la acción, como Nicolás *Pipo* Mancera y Donald (no el de Disney sino el McCluskey del *sucundum* y posterior carrera política), que además doblaron a sus caricaturas. En una historieta de Larguirucho, *Campeón de Box o La trompada eléctrica*, también aparece caricaturizado el mítico periodista Ulises Barrera.

Otra transgresión es la ruptura con el estatismo clásico de los personajes de ficción (donde pasan los años y nunca hay una modificación) cuando se hizo desaparecer a *Serrucho,* personaje que sólo hacia el ruido de una sierra, pero que en realidad hablaba y era el temible Gran Hampa, en un capítulo que tuvo en vilo a la gente con su desenlace. Ésa es precisamente una de las tres historias que se compilaron junto con *El dragoncito cantor* y *Dedo Negro,* en 1973, para armar una propuesta de vacaciones de invierno.

Un año después de, el éxito taquillero del primer largo animado por García Ferré, *Mil intentos y un invento, Las aventuras de Hijitus* fue comercializada como un largo, no concebido como tal y que, como el largo de Anteojito, llegó cuando se había producido un primer recambio generacional de espectadores, en este caso quienes habían presenciado el nacimiento de la tira televisiva. Ya por entonces, Hijitus había producido sus ingresos con una variedad de *merchandising*, programas de televisión, espectáculos circenses, discos,

juguetes y licencias que capitalizaron la experiencia ganada por Anteojito.

Una de las claves de Hijitus fue que sus historias tenían muy buenos guiones y no buscaban ser didácticas, un papel que desde su aparición quedó para el moralizante Anetojito. Hijitus marcó así el punto más alto de la creatividad y efectividad de García Ferré. Hijitus representa la diversión pura. De ahí su vigencia y las cíclicas reposiciones de sus cuarenta y cinco episodios producidos entre 1967 y 1974, como en 1995 cuando se exhibieron por Canal 13, llegando a redituar unos nada despreciables doce puntos de rating en los mediodías. En 1996 se produjeron dos *Nuevas Aventuras de Hijitus* con más leyenda que repercusión, con los talentos de Carlos Pérez Agüero y Luis Cedrés, entre otros.

Mil intentos, un invento, y finalmente el largo

Mil intentos y un invento, subtitulada *La película de Anteojito y Antifaz*, bien podría haberse llamado la película que llegó tarde. En 1972, luego de una década de experiencia en material corto (comerciales, los micros de Anteojito y Antifaz y las tiras diarias de *Hijitus*), García Ferré encaró el desafío de un largo. La inexperiencia y el obligado esquema de prueba y error extendieron la realización a cuatro años y el resultado final a más de dos horas de material filmado que hubo que recortar para reducir en unos ochenta minutos más lógicos. Muchas cosas habían cambiado desde la locura inicial de la gente por ese dúo de sobrino y tío.

El público no era el de mediados de los años sesenta; los chicos que habían hecho un éxito del niño con gafas ya eran adolescentes y los chicos de ese año, 1972, habían sido ganados por Hijitus y sus aventuras mucho más interesantes.

Como si el mismo García Ferré se hubiese puesto por demás serio y trascendental, los mismos Anteojito y Antifaz parecían haber crecido y vuelto más solemnes, comenzando por la apariencia física: se ve que los seis pelos originales del niño de las gafas no daban bien para la explotación comercial o que en esa época se pusieron de moda los entretejidos capilares, pero el tema fue que desde allí en más Anteojito comenzó a usar gorra o sombrero y nunca más se los quita-

ría, hasta llegar a un sorpresivo flequillito-peluquín que se instaló en los años ochenta y que continuaría hasta su desaparición de los quioscos de revistas, en el borde del siglo siguiente.

Volviendo a la película, muy bien animada, sorprendió con su seriedad y moraleja. Como muchas óperas primas también pecó de estar sobrecargada de elementos. La historia similar a la de Pinocho, los números musicales según el patrón Disney dominante hasta fines de los años cincuenta, la fábula del pararrayos insertada, la nieve, los chicos huérfanos, todo hace a un cuento sentimental, hoy añejo. Cuando se produjo el relanzamiento del largo, en 2001, pasó bastante inadvertido para los chicos de esta época y se especuló con una asistencia a salas marcada por la nostalgia de los padres, integrantes de la primera camada de chicos criados con Anteojito, su revista y su programa. De uno u otro modo, con *Mil intentos...* se fijaron pautas temáticas presentes en los siguientes títulos de los primeros largos de García Ferré: un alto contenido moral, la muestra de miserias humanas como la envidia o la ambición, algún toque divertido, canciones y universalidad algo pasada de moda.

Como dijimos, el segundo largo animado de PGF estrenado no fue ni un largo, ni un estreno, sino un armado de tres de las sagas semanales de Hijitus y se llamó apropiadamente *Las aventuras de Hijitus* (1973).

Los otros largos de los setenta

Una cosa trae a la otra. Con su llegada a la Argentina en 1968, el ratoncito Topo Gigio, de María Perego, trajo la moda de los muñecos de esponja animados en cámara oscura: fruto de la eterna impronta imitadora argentina nació Petete, un pingüinito (tuvo un ancestro, Malvino, el pingüino argentino) que presentaba con su voz aniñada a una *partenaire* femenina los cortos didácticos, dibujados por Csecs de su Libro Gordo. Fue un nuevo éxito en la pantalla de Canal 13.

Mientras tanto, García Ferré se dedicaba a filmar *Trapito*, la triste historia de un espantapájaros y un gorrión, y la duda dialéctica de por qué el primero no podía vivir de verdad.

Ya que Petete era un éxito, por qué no "sinergizarlo" (¿existiría esa palabra entonces?), con el lanzamiento del nuevo largo. Y así *Las aventuras de Trapito* pasaron a llamarse *Petete y Trapito*, un recur-

so para llevar gente al cine, ya que el ave esponjosa aparecía únicamente en la presentación del *film* animado. *Trapito* perfeccionó la técnica de *Mil intentos...*, capitalizando la experiencia ganada en cuanto a tiempos, pero también con los criticados golpes bajos de lo peor de Disney, como la lucha del espantapájaros por mover una mano, clavado en el piso debajo de una lluvia torrencial. El espíritu de Carlo Collodi y su *Pinocho* parece estar más presente aun que en *Mil Intentos...* cuando aquí también es un ser inanimado, de madera, que quiere tener vida propia. Por otra parte, el gorrión protegido por Trapito tiene varios recuerdos de un cuento tan triste como *El Príncipe Feliz* de Oscar Wilde y la canción *leit-motiv* desafía a no salir del cine llorando. Esta fábula del espantapájaros que decide recorrer el mundo detrás de una ilusión (un tema basado en la lectura de *El hombre mediocre* de José Ingenieros) tiene sus toques bastante sombríos, al punto que el final fue cambiado, agregando un epílogo más esperanzado para el espantapájaros. El mal está representado en un pulpo con quien Trapito se enfrenta en el final de su aventura por reafirmar su personalidad. Lo ayuda Larguirucho, en su primera aparición como *guest-star*, buceando y todo.

Luego de esta experiencia, García Ferré encaró un nuevo proyecto de largometraje, que le demandó cinco años de trabajo y una sorpresiva demora en el estreno.

Mientras tanto, remodelaba a *Mundialito*, el gaucho mascota del campeonato Mundial de Fútbol Argentina 78, dándole un toque más local y afín a su galería de personajes, empleándolo en una serie de cortos que aconsejaban a la gente sobre cómo comportarse durante el evento.

La Junta Militar se focalizaba en dar una imagen impecable al mundo y la revista *Gente* publicaba postales para que los argentinos enviaran a distintos organismos internacionales, vendiendo una imagen de paz y normalidad.

La censura focalizó su sinrazón en ese tercer largo *Ico, el caballito valiente*, que se terminó en 1983 y al parecer tuvo problemas por la inclusión del músico griego Mikis Theodorakis. Otros hablan de molestias por ciertas alegorías políticas. Estéticamente casi un primo antecesor de *Mi pequeño Pony* y con algún parentesco con los animalitos de la serie japonesa *Kimba el león blanco*, *Ico* tuvo sus pro-

blemas para estrenarse, algo que sólo pudo ser posible en 1987, en democracia y tras dudas de los distribuidores al tratarse de un personaje nuevo, no proveniente de la TV o la gráfica.

Ico refería al cuento del caballito plebeyo que lo que más ansía es entrar a prestar servicio en el palacio del rey. Y que cuando lo consigue, se da cuenta de que todo lo que reluce en el poder es bien diferente, ocioso, corrupto y sin vida.

En una época triunfalista hasta extremos increíbles, donde Raffaella Carrá era un referente, a las tijeras de turno no les gustó nada un argumento en el que además se mostraba que desaparecían caballos de los establos sin que nadie dijera nada.[4]

Aun cargada de sentimentalismos y lejos del estilo gráfico de los años sesenta, *Ico* constituye una superación técnica, mejorando los trabajos anteriores y perfeccionando el multiplano, a la vez de manejar una anécdota más sutil y sugerente que las películas precedentes. Así se cerraría el primer ciclo de largos de García Ferré. Veinte años después, con otras tecnologías y otro momento económico del país, tendría un resurgimiento inesperado, casi milagroso.

El caso *Manuelita*

En los primeros años de la democracia, más allá del éxito editorial que acompañó a la revista *Anteojito*, cambios de moneda, inestabilidad, la hiperinflación, la salida del gobierno del doctor Alfonsín y la llegada de Menem, hicieron imposible cualquier intento serio de abordar un proyecto de animación.

Pero, como todo cambia y más en este país, en los años noventa se habló insistentemente del ingreso de la Argentina al *primer mundo*. En lo que hace a los dibujos animados esto representó el acceso a tecnología digital y el interés de grupos multimedios por invertir millones de dólares en emprendimientos como películas taquilleras.

Producciones García Ferré se unió a Telefé (Televisión Federal) para formar García Ferré Entertaintment. Una sociedad con Carlos Mentasti que posibilitó que —después de mucho tiempo sin ninguna película razonablemente pensada para los chicos— cobrara vida *Manuelita*, la tortuga inmortalizada en la canción de otro ícono de los años sesenta: María Elena Walsh.

[4] C.B.K. en: Clara Kriger y Alejandra Portela (compiladoras): *Cine Latinoamericano I/ Diccionario de realizadores*, Buenos Aires, 1997, Ediciones del Jilguero, pág 83.

Eran muchas las expectativas depositadas frente al próximo estreno. Aquí se contaba la historia de cómo y por qué el quelonio bípedo se iba a Europa, para triunfar como modelo de alta costura y en las tapas de las revistas. A la inversa de los largos anteriores, el objetivo pareció apuntar decididamente a chicos de una edad no superior a los 4 ó 5 años, sin mensajes sofisticados o momentos pesadillescos, quizás porque García Ferré ya era abuelo. El producto terminado es simplón y técnicamente poco renovador, si exceptuamos algunos personajes.

La crítica recibió tibiamente la película, mientras el público le daba un apoyo récord de boleterías, por sobre tanques como *Star Wars Episodio 1, La amenaza fantasma*, o *Tarzán* de Disney, con nada menos que dos millones trescientos veinte mil espectadores.

Un impacto que, al votar a la película como insólita representante argentina para los premios de la Academia, terminó en polémica con la industria, el periodismo y la opinión pública.

La verdad es que lo mejor que se puede decir de *Manuelita* es que está muy bien orientada al público pequeño al que se dirige, pero se podría afirmar que ni técnica ni argumentalmente está a la altura de sus antecesoras. Sólo un par de personajes bien diseñados como Françoise, el rufián francés de la alta costura creado por Armando Da Col y un final a lo *Roger Rabbit*, con la presencia de los personajes históricos de García Ferré, intentan escapar del esquematismo. Y visualmente estamos más cerca de lo televisivo que de los preciosismos multiplanos de los años setenta. Tal vez un toque de realismo contribuyó a crear un impacto, que habla de la inteligencia de saber dónde pegar.

Corazón, las alegrías de Pantriste

El éxito de boleterías de *Manuelita*, que generó más de dos millones de espectadores y críticas tibias, así como su discutida selección como representante argentina en la carrera del Oscar, redundaron en el dinero suficiente para encarar el próximo proyecto.

A pesar de algunos pedidos a favor de lo que hubiera sido un largo de Hijitus, García Ferré desplegó un viejo papel en el que se veía un boceto dibujado en su estilo gráfico de comienzos de los años sesenta. De carita angulosa y casi siempre bidimensional y un cinturón que le baila en la cintura, *Pantriste* tiene toda la apariencia de los perso-

najes GF de aquella época, caracterizados por la simplicidad de líneas y la gracia de la metáfora visual, así como los típicos ojos con forma de número seis (un redondelito con una patita tipo pestaña) de los Anteojito e Hijitus originales. Luego de los disneyanos de Manuelita y compañía, el personaje prometía un regreso a las fuentes. A esto se sumaba el atractivo de la presencia de otros seres queribles como Neurus, Pucho (que ahora no fuma, como Lucky Luke), la bruja Cachavacha y el fetiche permanente Larguirucho. Sin embargo y pese a contar con más de cien personas trabajando y un presupuesto de cuatro millones trescientos mil pesos (dólares en aquel momento), *Corazón, la alegrías de Pantriste* (2000) tuvo mucha menor resonancia que la redituable tortuguita. A pesar de contar una historia mejor hilvanada que aquélla, recibió un trato aun más duro de una prensa afectada tal vez por el síndrome ocasionado por aquella precandidatura a los premios de la Academia. Como en *Manuelita*, el argumento nos ubica en una aldea de cuento de hadas. Unos humildes leñadores viven en el bosque. El padre, rudo y *laburante*, se llama Panduro. La mamá, Pandulce. El hijo, sensible y más afecto a agarrar el violín que el hacha, es Pantriste, un muchachito debilucho y delicado. Neurus, un rey petiso, mandón y tiránico, explota a los hacheros. Pantriste sólo quiere tocar el violín, como los nuevaoleros de las comedias argentinas de los años sesenta. La madre comprende su sensibilidad y lo apoya. Una gitanita, Pandereta, le agrega un interés romántico a la historia.

A sólo un año de *Manuelita* y su historia, marcando récords en la terminación de un *film, Pantriste* terminó siendo un proyecto menos logrado que el anterior (a pesar de que lo vieron más de un millón de espectadores). El uso con poco arte de la animación 3D, la mezcla de estilos gráficos, el desacertado empleo de efectos sonoros estándar, terminaron afectando el producto final, a pesar de la inclusión de temas musicales viejos como "El pañuelito", y de al menos un argumento.

A estos factores se sumaron las expectativas altas depositadas por el público y la incomprensión de que se trataba de un *film* pensado para los niños más pequeños. Entre la crítica y los especialistas quedaría cierto resentimiento por la manera en que se manejaron las cosas en el delirio de la postulación, una actitud resultadista después del éxito de *Manuelita* ("Yo creo más en dos millones de espectado-

res que en cuarenta mil. La vida no es intelectual", diría a Lorena García en "García Ferre no cree en secuelas", *La Nación*, 6 de enero de 2000, sección 4, pág. 3). O analizándolo fríamente, la evidencia de un desaprovechamiento del presupuesto sin que se viera reflejado en la película terminada.

Vista en retrospectiva, la obra de García Ferré es única.

Refrescante en sus comienzos, lleno de ideas y creatividad, al punto de crear personajes que son parte de la cultura popular argentina. Más conservador hacia el final, quizás prisionero de una verticalidad que en su momento fue la que lo llevó al éxito.

Su obra ya es singular por el hecho de ser la única productora de dibujos animados de los años sesenta en desarrollar un negocio diversificado y cumplir con una meta no digamos improbable, sino más bien imposible para cualquiera de los iniciados en el arte del dibujo animado de esos años: seis largometrajes estrenados es una cifra inalcanzable. García Ferré lo hizo, con sus virtudes y sus defectos, sus éxitos y polémicas. Más allá de su talento, tal vez sea porque fue el único que se lo propuso seriamente. Como tal, no hay nadie que pueda discutirle su logro. Además, ha sido una fuente de trabajo justamente retribuido y escuela de decenas de artistas del dibujo animado.

Colofón: a favor y en contra

A comienzos del siglo veintiuno, García Ferré y su trabajo pueden suscitar reacciones encontradas entre quienes consumieron sus productos cuando niños y hoy se dedican al dibujo animado como realizadores o investigadores, sobre todo a partir de las discutibles producciones de *Manuelita* y *Pantriste*.

Tal vez sean los riesgos de pertenecer a la memoria colectiva nacional, o quizá las exageradas expectativas puestas en ver algo nuevo de García Ferré después de tantos años de inactividad.

En el campo del haber, Jorge Guinzburg realizó una lograda parodia de Hijitus dentro de su programa *Peor es nada* (Canal 13, 1994). Se llamaba Pijitus y en ella podíamos ver al diminuto cómico en el doble papel del protagonista y el "Profesor Neutrus". Realizada con mucho de homenaje, la sátira fue bien recibida y alabada por el propio García Ferré.



Desde otro punto de vista, un grupo de estudiantes de periodismo del ISER, integrado por Agustín Bahillo, Lucila Cejas, Juan Pablo Cohen Arozi, Lucía Gluksman y Nicolás Lamponi (hijo del animador Ruben Lamponi) realizaron un corto documental titulado sugestivamente *García Ferré, dibujante de lágrimas* (2000), en el que buscan tocar la obsesión por temas tristes del creador nacido en Almería, España, en 1929. En testimonios filmados, el especialista en voces Pelusa Suero y Rodolfo Mutuverría coinciden en destacar el carácter sensiblero, a veces rayano con lo terrible, de algunas de sus historias, en especial *Trapito*.

Otro joven animador, Nicolás Tosún, del estudio Creatoons, discípulo de Yiyo Adam y uno de los creadores del personaje "Capitán Yerba", no dudó en hacer un corto en el que su personaje se ahorcaba al enterarse de que *Manuelita* sería candidata al Oscar.

En el *comic* de culto *Cazador*, se incluía a un elefantiásico Superhijitus y un malvado Neurus, junto a otros íconos de la cultura popular argentina como Isidoro Cañones, Patoruzú o Diego Maradona. Y en Internet, hacia el año 2002, un *site* fantasma planteaba en broma un contenido diabólico en las historietas de Anteojito, Hijitus y Pi Pío.

Desde la nostalgia o la mirada sardónica, puede decirse que, de uno u otro modo, la producción de García Ferré tiene un lugar ganado en el imaginario cultural y popular argentino del siglo XX.

Los años setenta y Mafalda: un proyecto complicado

Me cacho y me recontra cacho!

Manolito, doblado por Rina Morán en la serie televisiva Mafalda.

El año 1969 fue el más exitoso de la publicidad argentina en cuanto a facturación y creatividad. 1973, por el contrario, el comienzo de una crisis que reduciría drásticamente los presupuestos destinados a tal fin.

La culminación de esta época dorada, coincidente con la decadencia de un país caracterizado por los gobiernos de facto, la creciente violencia y la caída del consumo, tuvo como consecuencia la realización trabajosa de dos proyectos de largo. Ambos partían de dos de los íconos más importantes surgidos en la década que culminaba, en la que los animadores parecieron estar más atareados en ganar dinero que en invertirlo en una obra artística. *La película de Anteojito*, finalmente bautizada *Mil intentos y un invento/ La película de Anteojito y Antifaz*, les demandó a García Ferré y su equipo varios años de realización, pruebas y errores. *Mafalda*, de Quino, paradójicamente también surgida como personaje para una publicidad de electrodomésticos que nunca se utilizó, tuvo un recorrido aun más problemático.

El productor Daniel Mallo, experto en la colocación de telenovelas argentinas en el mercado latinoamericano,[1] se hizo cargo del proyecto en mayo de 1971, fundando la productora Azúcar y convocando a los mejores animadores argentinos a partir de la gran amistad existente entre Catú y Quino, que tenía curiosidad por ver a sus personajes animados, pero ninguna intención de escribir un libreto *ad hoc*: la

[1] Un caso paradigmático fue *Simplemente, María* de Celia Alcántara, emitida por primera vez en 1967 por Canal 13 y de éxito extraordinario en Venezuela y México.

fatiga que le producía generar una página por semana para la revista *Siete Días Ilustrados* terminaría con las reflexiones de Mafalda, publicándose por última vez en la edición de la revista de Editorial Abril correspondiente al 25 de junio de 1973.

Por lo tanto, el proyecto consistió en animar esas tiras ya recopiladas en los populares libritos apaisados que editó primero Jorge Álvarez y después Ediciones de la Flor. El guión entonces consistía en elegir qué chistes de Mafalda eran más convenientes.

La sociedad se integró con Mallo, Catú, sumándose Desplats, Ricardo Rovira y Norberto Gaite; Catú dibujando, Desplats produciendo. Rovira como jefe de estudio, Gaite como su asistente.

El equipo reunía a unos cuarenta artistas en el primer intento de cine de dibujos animados de producción industrial. Naum Spoliansky era el coordinador cinematográfico. El encuadre fue diseñado por el experimentado José Zalnero. Los animadores fueron Miguel Nanni, Roberto García, Luis Cedrés, Rafael Rodríguez y como chequeador de animación un histórico: Dante Pettenón. Los fondos estaban a cargo de Néstor Pichel. Para la música comenzaron las conversaciones con Les Luthiers. Los laboratorios Alex estuvieron asociados en un comienzo.

Coordinar a todas las partes involucradas no fue fácil, según recuerda Desplats: "Lograr que treinta animadores dibujaran la misma Mafalda nos llevó, por ejemplo, todo el primer mes. Los resultados no eran buenos por problemas técnicos, de material... por estar en la Argentina se adaptó una Xerox común y los dibujos se salían de registro. Pero la principal falla que yo le veía era que eso no era un largo, sino una colección de chistes. Catú había dibujado un *story board* inmenso. Entonces filmé todo ese *story* en 16mm y llamé a todos los animadores que andaban sueltos en la Argentina, Del Castillo, Costantini, algunos de los de García Ferré, para mostrárselo y pedirles opinión".

El propósito de Desplats era probar el material entre los profesionales de la Argentina, para lo que confeccionó unas planillas para que llenara cada uno de esos espectadores calificados. El resultado fue abrumador y derivó en un cambio de objetivo: se trataría de apuntar hacia los microprogramas y dejar de lado lo que hasta entonces era la idea del largo. La propuesta no sonó descabellada: en seis meses de trabajo se habían terminado unos treinta minutos de película; esto es, como tantas veces en la Argentina, fuera de tiempo y de presupuesto.

Desplats ironizó: "Yo les dije: alquilemos un galpón, peguemos los cortos uno detrás de otro y cobremos una entrada". Con lo que el largo de Mafalda inconcluso quedó olvidado.

Ahora asociado a Panamericana de TV y con el nuevo formato como herramienta de venta, Mallo tomó contacto con Héctor Ricardo García. El pionero de los multimedios locales había soñado (y ofertado en vano) a Mafalda como tira de tapa en el diario *Crónica*. La pregunta tentadora de Mallo fue si le gustaría tener en Teleonce una tira diaria animada con la niña precoz. García aceptó de inmediato, pagándose la nada desestimable suma de dos mil dólares por episodio. La música entonces estuvo a cargo de Francis Smith (exitoso en el mercado pop con *hits* como "Estoy hecho un demonio") quien creó una musiquita pegadiza apta para el consumo televisivo, desestimándose la seguramente más intelectual colaboración de Les Luthiers. El diseño de producción permitió que se terminaran elaborando doscientas treinta tiras de noventa segundos... en doscientos treinta días, sumando treinta cortos menos de los pactados originalmente.

Tal vez por la falta de un argumento interesante o nuevo, sumada a la inflación más la crisis de la industria publicitaria de 1973, los cortos se emitieron en medio de las tandas del Canal Once, a las 13.15 y a las 21.45 horas.[2] La productora sugirió su inclusión dentro del noticiero de la noche, pero el consejo fue desestimado.

De uno u otro modo, a pesar de lo bueno de la animación y lo estilizado de los fondos, faltó un ritmo que hiciera atractivo el paso del dibujo inmóvil al animado y las voces fueron particularmente criticadas por el público. Tal vez por el hecho de que la página de Mafalda ya no se publicaba más en el país, el material no interesó en la Argentina aunque sí en el extranjero, vendiéndose a distintos países de Latinoamérica y Europa.

Disuelta la productora Azúcar, Daniel Mallo quedó como dueño del material y Catú, Desplast, Rovira y Gaite, siguieron juntos retomando el trabajo publicitario con el nombre de Dianar (Dibujos Animados Argentinos).[3]

En 1981, en el pre-ocaso del autodenominado Proceso de Reorganización Nacional, Mallo presentó al Instituto de Cine la compilación de algunos los cortos más el agregado de unos separadores hechos por Venegas, ante el disgusto de Desplats.

[2] Precisado por Ulanovsky, Carlos, Silvia Itkin y Pablo Sirvén en *Estamos en el aire/ Una historia de la televisión en la Argentina*, Buenos Aires, Planeta, 1999, pág. 318.
[3] La sociedad terminaría hacia 1980.

Así, tardíamente, se estrenó al fin un largo compilando material filmado muchos años antes, cuando el momento del país era por cierto muy diferente. En la ficha técnica Carlos Márquez (a cargo del sonido en la serie original) figura como director de la película y se agregó un *score* del italiano Riz Ortolani. El resultado final fue tratado con indulgencia por la crítica e indiferencia por el público. Años después, Quino se manifestó disconforme con aquel proyecto de película que pasó a ser una serie de cortos y terminó en un largometraje: "Era una versión edulcorada de Mafalda, con colores chillones, la escuela rosa y el cielo celeste, todo lo contrario de la visión del personaje (...) Para colmo, con esas mismas tiras hicieron después un largometraje, que no tenía ningún ritmo ni *gags* visuales".[4]

No sería el final de las aventuras animadas de la niña prodigio argentina: hacia 1994/95 se produjeron más de un centenar de cortos de Mafalda, esta vez en coproduccción cubano-española a cargo Juan Padrón, realizador también de los llamados *Quinoscopios*, cortos animados sobre los chistes gráficos del dibujante, quien colaboró creativamente junto al director. Buscando no caer en los errores de aquel megaproyecto de los setenta, los cortos de un minuto de duración se caracterizaron por no tener diálogo alguno.[5]

Cierta renovación: Carlos Constantini

Dentro de la línea de renovación de los setenta, cabe mencionar a Carlos Constantini. Caracterizado por una línea de dibujo más moderna, suma influencias de Hanna-Barbera y de los Tom y Jerry de Chuck Jones, y produce hacia 1969 los cortos de Doña Tele, una abuelita con reminiscencias de la análoga del canario Tweety/ Piolín. Si tenemos en cuenta que Constantini también es músico (fue trompetista del grupo La Banda Elástica),[6] podemos entender que fuera reconocido por sus pares como el animador que mejor manejaba el *tempo*. También, que sus cortos siempre giraran alrededor de una canción... lo que a la vez puede servir para explicar su poca repercusión en el público infantil, dada la falta de rotación de los cortos producidos. Escuchar una vez a Doña Tele cantando "Fin de semana /cuánta alegría /jugar y pasear /ese es nuestro pre-

[4] "Treinta años después", nota y declaraciones tomadas por Luciano Monteagudo en *Página/12*, 5 de marzo de 1995, pág. 8.

[5] En la Argentina se los vio fugazmente en 1999 por América 2, dentro del programa de Jorge Lanata *Día D* y se proyectaron dentro del ciclo *Primavera Animada* en el Hoyts Abasto y el MamBa, el 21 de septiembre de 2000.

[6] Luis Pires Mainer , *Big mac perro* en Plan TV, temporada 1/programa 4, febrero 2000, pág.37.



mio después de estudiar", podía sorprender una vez, pero escucharla un día de lluvia o cuando había que hacer deberes producía aburrimiento.

Emitida por Canal 13 en cortos de un minuto, el experimento sirvió como puente entre el fin de la emisión de la española *Familia Telerín* y la llegada de un éxito sorprendente.

En ese 1970, las "buenas noches" de Canal 13 tuvieron un cambio acorde con los tiempos que se vivían y la experiencia catódica de los niños, que superada una primera etapa que podríamos llamar "del asombro", ya nacían y crecían con el televisor incorporado a su realidad cotidiana. No se trataba de una familia de hermanitos, ni de una viejita, sino de un perro bastante *cool* y autosuficiente, con tendencia a cantar *scat*.[7] Su nombre era coherente con ese carácter: *Mac Perro*. Como los Telerín antes, y como una multitud de personajes después,[8] su fin era invitar a los niños a dormir con una canción a las diez de la noche.

A pesar de la brevedad de ese material, la simpatía del personaje, lo pegadiza de su canción y un acertado manejo del *marketing* convirtieron a Mac Perro en una figura popular, con línea de productos propia y la inclusión de dos cortos más, siempre con el esquema canción-consejo amistoso. Se trató de un éxito pasajero, pero que tuvo sus repercusiones: de manera aleatoria, el trabajo de Constantini ayudó a actualizar gráfica y conceptualmente a la revista *Billiken*, todavía afectada por el impacto *Anteojito* (recordemos que la revista de García Ferré salió a la calle en 1964 y estamos hablando de 1971). La inclusión del suplemento de historietas *El Clan de Mac Perro* fue muy bien recibida por un público ávido de otro tipo de material, con más humor y dinamismo que el que podía ofrecer el cuerpo principal de la revista fundada por Constancio C. Vigil en 1919. Alejado de la pantalla chica, Mac Perro sobrevivió como historieta hasta comienzos de 1972, con un regreso por Canal 2 en 1987. Fue exportado a distintos países de Latinoamérica, teniendo una sorprendente repercusión en los Estados Unidos, donde se exhibió en color por el canal 45 de Nueva York durante 6 años. Constantini reconoció no haber hecho todo lo que habría podido en materia de *merchandising*.[9] Con el tiempo, regresó a los dibujos publicitarios, teniendo bastante repercusión, aunque no muy popular por cierto, con el recordado "Tanquecito de la DGI" creado para la Dirección General Impositiva.

[7] La voz, con alguna reminiscencia de Louis Armstrong, era la de Eduardo Avakián.

[8] El Mono Relojero, Patoruzito, Casimiro, Anteojito y Oaky, son algunos de los personajes que se han utilizado para marcar el fin de horario de protección al menor.

[9] Constantini a Andrés Accorsi en *Comic Magazine*, Número 4/5, enero 1990, pág.8.

Gil y Bertolini, pre y post pop criollo

Otro estudio que se destacó más allá de su labor específica fue Gil y Bertolini, casi un ícono en sí mismo dentro de la cultura pop. Formado por Mario Bertolini y Hugo Gil, su estilo visual escapó desde un comienzo a convenciones gráficas, ubicándose en un sitio más vanguardista y abierto no sólo a la estética publicitaria sino más emparentada con el diseño gráfico y a creadores como González Ruiz, Méndez Mosquera, los Shakespear. A comienzos de la década se suman a la apertura internacional que vive el cine de ese momento y producen regularmente comerciales para los Estados Unidos, con clientes como el National Bank. Lamentablemente no se conserva ninguna copia de ese material, en razón de que se enviaban directamente las copias en fílmico y, dado el elevado costo de este procedimiento y al no existir una tecnología paralela (como sería la grabación en algún soporte de video), el trabajo salía sin quedar registro ni archivo alguno, algo que implicó que tampoco quedasen copias en el país de *Sir Washington Bones*, una serie desarrollada para el mercado estadounidense.[10]

Según recuerda Rodolfo Prayón, intercalador en GeBe, el trabajo era constante: "Entrabas y no sabías cuándo te ibas",[11] aunque siempre en un ambiente que era mezcla de bohemia, locura y profesionalismo *a la argentina*: "...cuando había que dibujar un personaje que era un animal aparecía un tipo que se llamaba Boquette y que después se fue afuera a trabajar. Cuando yo estaba, su misión era ponerse una sopapa en la cola y caminar en cuatro patas para que los dibujantes lo copiaran".[12]

Como *freelance* contrataban a figuras de la importancia de Dante Pettenon, un "adorador" de Disney y obsesivo de la perfección que, puesto en la tarea de crear un personaje para Pinturas El Mono, ideó una mascota animada para el lanzamiento de los productos Mono Mate y Mono Spray.

Tratando de emular el éxito de Anteojito y Antifaz, también crearon un personaje que sirviera para incluir publicidad de distintos productos: se trató del poco exitoso *Billy González*, un detective atolondrado.

La productora en ese entonces llegó a manejarse con un equipo de cuarenta y cinco personas y hasta realizar, a comienzos de los años sesenta, una historia del ferrocarril de muy buena resolución gráfica. Entre quienes pasaron por sus afiebradas oficinas podemos nombrar

[10] Testimonio de Hugo Gil al autor, junio de 2003.
[11] Testimonio de Rodolfo Prayón al autor, diciembre 2003.
[12] Idem 4.



a Oscar Grillo y Miguel Nanni. La inestabilidad institucional a partir de la caída de Frondizi transformó a la Argentina, de un país emergente en un país inestable y poco confiable, con lo que aquel filón norteamericano terminó y la productora tuvo que dedicarse, como otras, a la producción de comerciales con acción viva.

Del Castillo, creador de personajes

Alberto del Castillo se destacó en esos años como un creador infatigable de personajes de carácter definido e identidad decididamente local. Ya lo había hecho en el medio gráfico, como en la revista *Leoplán*, donde publicó sus primeros trabajos.

En el campo del dibujo animado, fue un precoz afortunado que trabajó en *Upa en apuros* a los 18 años. Entre la gente de Dante Quinterno, encontró en Tulio Lobato al que sería su maestro y gran influencia. Después sería un ilustrador prolífico de tapas para libros infantiles de Editorial Sigmar o Editorial Abril, dibujante estable de la Editorial Dante Quinterno y *freelance* en distintas agencias de publicidad.

Durante el *boom* del dibujo animado de 1960 fundó su propia productora Producciones Avance, después llamada Printer Avance, junto a su hermano Enrique, Matías Domínguez y Osvaldo García.

Asociado por mucho tiempo a Carlos Ceretti, creativo capaz de crear rimas y eslógans pegadizos, hicieron nacer hombrecitos como el que pedía un "momentito, pluma, pluma" para Tres Plumas; estereotipos alemanes como la pareja de Bieckert; gatos de fuerte personalidad para las aspiradoras Yelmo, todavía vigentes como íconos del servicio técnico de la marca; nenitos que hablaban toda dulzura a media lengua como la mascota de Canal 7 o el "suavechito-suavechito" original de Vívere, dibujado por Jorge Mutuverría, continuado por el estudio de Catú aún en los comienzos del siglo XXI y hasta con apariciones junto a Dibu en *Mi familia es un dibujo*. También autos humanizados como *el Milqui* (Dodge 1500), capaz de andar al son de un silbido. O diablos porteños, malhumorados y gordos como el de Orbis.

Es importante destacar que cada personaje iba acompañado de su frase característica, que la repetición hacía popular. *Gato Tranquilo, Está muy Bieckert, Siete-ete e mi canal* o *Váyase al hombre*, están aún hoy grabados en el recuerdo de los memoriosos como algo rela-

cionado a su experiencia de vida, a veces más allá de los rasgos gráficos de sus portavoces animados. En un momento en que el setenta por ciento de las tandas publicitarias estaba cubierto por dibujos animados, el éxito de Printer Advance fue muy importante.

Podríamos definir que el mejor momento abarcó desde la primera mitad de los sesenta, con un éxito temprano con la pareja despareja de *Haceme Mimo*, para Mondongo CAP (qué épocas, qué productos), ganadora del Martín Fierro, hasta comienzos de los años ochenta, cuando produce un gracioso comercial para los postrecitos Sandy dibujado en un estilo infantil y con un ritmo sobresaliente.

A nivel gráfico, el estilo de Del Castillo había evolucionado desde los monigotes cabezones y de cuerpo pequeño de los comienzos, a un tipo de dibujo más estilizado, muchas veces con simples líneas sin rellenar y una anatomía más realista. Una recorrida por la enorme variedad de personajes que creó para los más diversos clientes y productos nos muestra una imaginación sin límites, desafiando la falta de renovación que dominó desde fines de los setenta.

Tal vez, como dijera Carlos Trillo, la llegada de la dictadura cubrió todo con su manto ensombrecedor, dejando poco espacio para el humor y las fantasías del dibujo animado, que entonces inició una etapa de decadencia como recurso publicitario.

Persistencia de Simón Feldman

A Simón Feldman, artista plástico y docente legendario, se le debe una de las más extraordinarias sátiras políticas que se hayan filmado en este país: *El Negoción*, que se filmó dos veces, una en 16mm y otra en 35mm. En ella un dictador estilo tirano prófugo, encarnado por Tincho Zabala, ve las ventajas de comerciar la bosta de caballo.

Fundador del Seminario de Cine de Buenos Aires, fundador de la Asociación de Realizadores de Corto Metraje, en su obra ecléctica se incluyen documentales, largos de ficción y cine de animación. Un interés que se podía intuir en *El Negoción* con su presencia de dibujos del genial Oski.

En la década del setenta Feldman experimentó combinando técnicas variadas como el recorte de papeles, el dibujo de origen pictórico



y el grabado, a contramano de las tendencias estéticas dominantes en la época. En 1975 produjo *El zorro y los presumidos*.

En 1976, *Caraballo mató un gallo*, de potente metáfora social de la exclusión y sólo difundido masivamente con la llegada de la democracia, en programas de TV como Función Privada (ATC, década del ochenta). Con gran esfuerzo en ese mismo año logra terminar *Los cuatro secretos*. Según consigna la investigadora Natacha Mell, Feldman trabajó con personajes recortados y el estilo recreaba el de ilustraciones de libros infantiles. Los cuatro secretos aludidos por el título fueron el fuego, el aire, la tierra y el agua, y el hilo conductor era la travesía de tres niños en un plato volador.

Según consigna Mell en su trabajo,[13] Feldman fue el responsable de la animación y la dirección, Ayak Barnes diseñó los personajes protagónicos y Carlos Braña se ocupó de los fondos. En 1982 Feldman volvería a tocar el tema del hambre en *Happy end*. Los dibujos estuvieron a cargo de Feldman, Mónica Curel y Emilio Gorini, y fue coproducida con capitales españoles.

Otra propuesta de los aquellos años difíciles marcados por la violencia y la inestabilidad económica fue el mediometraje *Tito el elefantito* de 1974, que narraba las aventuras de un elefante que elegía dejar su hogar para ir a la ciudad. Producida por el grupo Cine Infantil Educativo y dirigida por Liliana Mazure, fue censurada por Hugo Paulino Tato por contener "conceptos marxistas". Poco vista en ese entonces, se exhibió en el Museo de Arte Moderno el 22 de septiembre del 2000, dentro del ciclo Primavera Animada, organizado por la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad.[14]

Raúl Martínez Clement, de niño prodigio a mago del relieve

Otro creador solitario de obra sorpresiva es Raúl Martínez Clement.[15]

Realizador precoz de aquellos años sesenta, su primera película, *Líos y líos* en doble 8 mm estándar, la filmó a los 13 años, en 1966.

Cinéfilo empedernido, recibió influencia y algo más de sus tíos Juan Clement y Carlos Clement, ilustradores de Patoruzú, Patoruzito y Anteojito, quienes le enseñaron a encuadrar y conceptos básicos de color y línea.

[13] Natacha Mell, obra citada.
[14] *Clarín*, Suplemento Espectáculos, 21 de septiembre de 2000, pág. 11, María Iribarren y Marcelo Panozzo.
[15] A partir de una entrevista con Alejandra Muñoz, agosto de 2003.

Raúl obtuvo su primer trabajo en la revista de García Ferré en 1969, dibujando moldes recortables para armar, que incluían autos, motos, trenes, semáforos giratorios, ómnibus de dos pisos y hasta un plato volador que no salió en la revista, pero que se utilizó como caja de los caramelos Mumú, en una versión de cartón. Muchos chicos de esa época disfrutaron y desarrollaron su creatividad con esas maquetas llenas de solapas para recortar, curvar y pegar.

Por esa época, a los 16 años, filmó *Terror en Marte*, su primer trabajo de ficción, un corto de cuatro minutos, animando muñecos de yeso y papel con estructuras de alambre.

La pre-producción se extendió unos tres meses; la filmación, con luz natural, una semana. Para controlar la dirección de las sombras, inventó un sistema con un pequeño clavo ubicado en una esquina del *set*. La dirección de la sombra (y su longitud) le indicaba cómo mover el resto de los decorados.

En cuanto a la maquetería, Martínez Clement se manejó con metodología bastante profesional para su edad: la nave espacial protagonista era un semicírculo dividido en dos mitades de diferente escala. Una mitad se utilizó para los primeros planos, mientras que la otra, más pequeña, cumplió con la función de hacer aparecer más grande al monstruo.

Terror en marte se filmó en color y sin sonido, pero para crear un efecto similar (con influencias del *comic*, el arte pop y Batman en su formato televisivo), se subtituló y, a su vez, para sobreimprimir los rugidos del monstruo ponía delante del escenario un vidrio en el que pegaba los sonidos onomatopéyicos.

Lo filmó en 16 cuadros, para darle luego más velocidad al proyectarse.

Presentado en el 3° Concurso Cinematográfico de Mar del Plata, en 1969, ganó el tercer premio. En ese mismo certamen mostró su primer corto filmado en *cinemascope,* otra de sus pasiones. Se trata de *De cómo un hombre,* con el que ganó el 5° premio. La presentación del corto estaba trabajada en multivisión, con un concepto envolvente, trabajando el presente simultáneo. Un año después se integró al Grupo Kine, con el que se dedicó a filmar exclusivamente en formato anamórfico, en un momento en que en el país, por costos o tendencias estéticas, prácticamente nadie lo hacía.

Egresado del CERC en 1974, en 1983 filmó *Buenos Aires en Cinemascope*, un corto de carrera internacional y que le valió un reconocimiento de la A.M.W.A. (Asociación Americana de Realizadores de Pantalla Ancha).

En el 1982 ingreso a la Escuela de Avellaneda como docente, actividad que también desempeñó en el CIEVYC. En 1983 conoció a Julio Ingenieros, otro pionero de los formatos no tradicionales. Desde ese momento investigaron juntos el formato tridimensional. Parte de la fotografía fija que hacen en 3D apareció en la revista para niños *Cosmik*, durante los primeros años ochenta. En 1986 viajó a la Unión Soviética, donde comprobó con asombro que conocían sus investigaciones. A partir de esa experiencia, desarrolló un lente anamórfico, que sirve para filmar y proyectar en *scope* y se adapta a cámaras de Super 8, 16 y 35 mm.

Los soviéticos tuvieron interés en su producción, pero la caída del Muro de Berlín frenó lo que podría haber sido un desarrollo industrial del proyecto. En 1995 filmó su última película en Super 8 con el grupo Kine, *Bandoleros*, realizada en 3D Polaroid. Ese año murió Ingenieros, su gran amigo e inspirador, y cayó en un estado depresivo del que le llevó años reponerse. Retirado de la docencia, el cambio de siglo lo ve a cargo de la fotografía en el largo *Gerente en dos ciudades* y escribiendo un libro sobre una de sus pasiones: el cine en relieve.

For Export



Jaime Díaz y amigos

En febrero de 1983, pocos meses antes del regreso de la democracia al país, Jaime Díaz cumplió su propio retorno personal, luego de veinte años de trabajo en los Estados Unidos y un currículum inédito e impresionante para el mercado local. Chaqueño, colaboró con Tex Avery, Chuck Jones, Bob McKimson, Fritz Freleng y Bill Hanna y su experiencia como director de arte incluía la participación en la animación de personajes como *La Pantera Rosa*, *Bugs Bunny* o el *Pato Lucas*.

Con ese bagaje, más los contactos adquiridos en su trayectoria norteamericana y un momento favorable desde el punto de vista económico, comenzó a trabajar para Hanna-Barbera y Ruby Spears desde la Argentina, convocando a gran cantidad de artistas e introduciéndolos en el "método americano del trabajo de animación".[1] Dentro del esquema de producción seriada, el trabajo básico, según el caso, podía consistir en la elaboración del *layout* o puesta en escena, los fondos o los intercalados, hasta el desarrollo de algún personaje secundario. En la tarea llegaron a ocuparse una treintena de dibujantes, para la producción de veintidós minutos por mes. *Los Pitufos* (*The Smurfs*, traslación a la TV del *comic* original *Les Schtroumpfs*), *Los Snorks*, *Scooby-Doo*, *Rambo*, *Pacman*, fueron algunas de las rutinarias series de los ochenta que tuvieron mano de obra argentina,

[1] Así lo recuerda Armando Da Col en un reportaje efectuado por su hijo César, en la revista *El Historietista*, número 3, octubre 2003, pág. 22.

encargada de cumplir su tarea a la par de similares y más o menos anónimos taiwaneses, coreanos o españoles. Cuando pasan por la televisión algún capítulo de esos dibujos, es llamativo verlos en títulos finales pasados a una velocidad que asustaría a Lucero Sónico, la hija de la familia *Los Supersónicos* (*The Jetsons*), otra serie para la que se trabajó desde la Argentina. Uno de esos dibujantes, Jorge Massaroli, revelaba otra cara del negocio en un reportaje de 1989 dentro de un informe de la revista *El Periodista*: "El dibujo animado es una actividad alienante, porque uno no puede desarrollar en lo más mínimo su creatividad, pero por cada dibujo que hago cobro seis dólares, mucho más que lo se paga por un cuadrito de historieta".[2]

En 1992 todavía podía verse el nombre de Díaz entre los encargados del *layout* en algún largo poco distinguido por cierto, como *Tom y Jerry, la película* (*Tom & Jerry: the movie*, director Phil Roman). Uno de los últimos trabajos fue el piloto de *Dexter* para Cartoon Network.[3] Entonces la convertibilidad menemista y los altos salarios a valor dólar que se percibían en el país, hicieron inviable la contratación por parte de estudios norteamericanos, siempre ávidos de mano de obra barata tercermundista.

El fin del "un peso/un dólar" en diciembre de 2001, abriría nuevamente la puerta a la ansiada salida al exterior, ya desde otro lugar, contando con tecnología y 55a y personal capacitado, capazegar a la entrega de un trabajo final de alta calidad y (para el extranjero) un precio muy competitivo. Jaime Díaz retornó a Los Angeles, dejando sin embargo una legión de dibujantes consagrados o por consagrarse, que pasaron por su empresa. Entre ellos podemos citar a Héctor Torino, Luis Cedrés, Enrique Alcatena, Néstor Olivera, Ramón Gil, Constantini, Oswal, Mannken, Peni, Manuel Cativa, Carlos Meglia, o el mencionado Massaroli.

En 1994 el estudio SB Producciones, asociado al canadiense Noa Productions, recibió la delicada misión de efectuar los *layouts* de un tercio de la nueva serie de la Warner *Batman, Animated Series.* El resultado fueron veintiséis de los setenta y tres episodios del caballero de la noche, encapotado en un estilo bastante fiel al *comic* y su lenguaje.

Armando Da Col, quien también había trabajado con Díaz, fue partícipe en esta aventura y recuerda ese trabajo como algo que marcó un antes y un después por el singular tratamiento anatómico que mos-

[2] G.L.: "Disney & Barbera, Made in Argentina", *El periodista*, número 228, del 3 al 9 de febrero de 1989.

[3] Andrés Accorsi al autor, enero de 2004.



traba la serie, sin duda de un estilo conciso de elevado nivel, tanto en lo expresivo como en lo estético.[4]

En la elaboración de los *layouts* de esta serie también trabajó Esteban Farfán, periodista rescatador de temas nostálgicos relacionados con la televisión.

Oscar Grillo, Buenos Aires-London, ida y vuelta

Como afirma el crítico e investigador del cine bizarro Diego Curubeto, siempre, para bien o para mal, hay un argentino presente en alguna parte del mundo. El cine de animación, que para hacer honor a la verdad no ha tenido históricamente demasiado campo de acción dentro del país, ha generado sus propios exilados. Oscar Grillo es el caso más exitoso.

En el Museo de la Imagen en Movimiento de Londres (MoMi) tiene todo un panel dedicado a su obra. Semidesconocido en la Argentina, Oscar Grillo ha venido desarrollando una rica y reconocida actividad artística en la capital inglesa, siendo reconocido como uno de los animadores *top* británicos.

En la Argentina, el auge creativo de fines de los años sesenta, más una estética entre pop y psicodélica, marcó una nueva tendencia por la utilización de personajes interpretados por actores. Esto, más el constante aumento de los costos, motivó una decadencia del dibujo animado en la publicidad. Como Raúl Ávila, Zalnero y otros, Oscar Grillo fue de los tantos artistas y creativos argentinos que partieron hacia el extranjero.

Porteño nacido en 1943, al ver *Blanca Nieves y los siete enanos* de Disney, sabe lo que quiere y estudia dibujo en la mítica Escuela Panamericana de Arte. Su primer contacto con el dibujo animado lo cumple a los diecisiete años como *trainee* en GEBE-Aries, asiste a Gil y Bertolini en el programa para EE.UU. *Sir Wellington Bones Show* y a Desplats y Dávila en el intento frustrado de producir cortos de Popeye.

Con ellos sería el co-responsable de los tres minutos de animación que integraron el mediometraje didáctico *Cómo nació el fútbol* que dirigió Viñoly Barreto en 1964, por encargo de Gillette Argentina.

Cultor del humor gráfico, publicó en *Tía Vicenta* y *La Hipotenusa*, ilustrando también libros infantiles y exponiendo cua-

[4] *El Historietista*, número 3, octubre 2003, pág. 23.



dros, a la vez de manejarse como ilustrador *freelance* para agencias de publicidad.

En 1969 viaja a España e Italia, abandonando momentáneamente la animación, pero trabajando como ilustrador de cuentos para niños. Finalmente, en 1971, viaja a Inglaterra, donde se establece, trabajando para el célebre estudio de Halas y Bachelor, animando comerciales. En el plano artístico colabora con Richard Williams en *A Christmas Carol* (1972), premio Oscar a mejor animación, con Geoff Dumbar en *Lautrec* (1974), Palma de Oro en Cannes 1974, ocupándose del *layout* de *Great*, de Bob Godfrey, también ganadora del premio de la Academia en 1976.

Amigo de Paul Mc Cartney y su esposa Linda Eastman, en 1979 dirige y anima el sobresaliente video clip *Seaside Woman*, con el que ahora es él quien se lleva la Palma de Oro al mejor corto en Cannes 1980, entre otros premios, con una obra que le permite desarrollar a pleno el sentido dramático de las luces y las sombras, incluyendo sus característicos y muy personales pájaros, gatos y otros animales, con un sincronismo musical rara vez logrado.

Asociado con el animador inglés Ted Rockley, fundan en 1980 el estudio Klacto Animations, que se posiciona como uno de los más requeridos de Gran Bretaña y Europa. Como ilustrador también es requerido y la revista *New Yorker* publica sus trabajos. En esta faceta continuará brillando años después cuando, con motivo de una retrospectiva en Annecy, presenta *The Boop Sister* una exquisita muestra que teoriza acerca de la existencia de otras hermanas de Betty Boop (para Grillo, el personaje de dibujo animado más perfecto jamás creado), dibujadas en distintos estilos. También satiriza grandes momentos de la historia del cine de animación con la serie de ilustraciones *The day when*. En 1992 realizó un especial sobre la Guerra de Malvinas a pedido de la BBC, llamado *War Stories*, excepcional desde su perspectiva como anglo-argentino. En 1996 colabora como asesor de animación para la ILM de George Lucas, para el *film Hombres de Negro* (*Men in Black*, 1997, dir: Barry Sonnelfeld)

Amante de la *belle époque*, dirigió en 1999 el corto *Monsieur Pett*, sobre el dudoso artista de variedades y fenómeno de circo *Le Petomâne* y continuaba su colaboración con Mc Cartney realizando en 2001 *Shadow Cycle*, en 35 mm, sobre música de la desaparecida

Linda. En tanto, entre uno y otro comercial, desarrollaba uno de sus más caros proyectos, "*Parker´s Mood (The Blues According Charly Parker)*", complejo corto de diez minutos en el que se combinan técnicas variadas de ilustración, color y blanco y negro, y animación experimental.

Cuando vino a la Argentina a principios del 2003 para una muestra retrospectiva en el Palais de Glace, declaró en un reportaje: "Quiero separarme de los artistas plásticos. No quiero ser confundido. Mis héroes argentinos nunca fueron pintores, sino dibujantes, como Quino, Mordillo, Calé, Divito. Porque son ellos mismos, a diferencia de los plásticos que se parecen un poquito a otros".[5]

Así es Grillo, creador de una variedad innumerable de personajes en una inagotable variedad de estilos, que pueden ir desde una pareja de tortugas cantando *Me haces sentir tan joven* (*You make me fell so young*) de Cole Porter para promocionar un disco de Sinatra, gotas de salsa tabasco capaces de metamorfosearse en prácticamente cualquier manjar, o una familia dibujada en un cuaderno con la aparente mano de un niño. Es que dibujar es lo que más le gusta a este porteño de Londres.

Otros argentinos por el mundo

Contemporáneo de Grillo, otro semidesconocido en la Argentina (y en otras partes del mundo dada su escurridiza naturaleza) es Daniel Melgarejo. Artista gráfico de fines de los setenta, creador de tapas de discos de la entonces llamada "música progresiva nacional", pasó por Barcelona y la mítica revista *El Víbora* para aterrizar en los ochenta en Nueva York. Fue contratado como director de arte para la Disney. En 1990 la revista *Fierro*[6] le dedicó una nota a propósito de su trabajo de más difusión, la secuencia animada de los títulos de presentación de la película de Madonna *Who´s That Girl*.

Carlos Meglia, otro de los colaboradores del equipo de Díaz, se destacó por la elaboración de fondos, tanto para series como para el corto televisivo estadounidense *The Adventures of the Scrabble People in a Pumpkin Nonsense*.

Alejado de manera transitoria del cine de animación para dedicarse al *comic*, su colaboración con el exitoso e imaginativo guionista Carlos Trillo, tuvo sus frutos en el nacimiento de *Cybersix*, historieta

[5] "Oscar Grillo presenta Dibujos irresponsables", *La Nacion On line*, 30/1/03.
[6] Roberto Jacoby: "Alma Zen/ Daniel Melgarejo", *Fierro*, número 75, noviembre 1990, pág. 88/89.



de estilizado (y copiado) diseño, que originó un proyecto trunco de Telefé, con Carolina Peleritti en el papel de la protagonista y su *alter ego* Adrián Seidelman,[7] la venta del personaje a Europa —con un éxito muy grande en Italia y Francia— y hasta un juicio con la Fox y James Cameron por aparente plagio a la serie *Dark Angel*. En la materia que nos ocupa, *Cybersix* terminó siendo adaptada al dibujo animado (o *animé* para mejor decir), por una productora canadiense-japonesa, con éxiito en Europa más los dos países co-productores, pero que nunca se vio en la Argentina.

Instalado en España con su familia, Meglia se ha destacado como dibujante de *comics*, con trabajos para *Superman*, *Star Wars*, *Wilcats*, para editoriales como la Marvel o Dark Horse. Es conocido y singular su sistema para dibujar fondos para los *comics*, tomado del método utilizado en los dibujos animados, en los que se cambia la cámara de posición y se economiza el tiempo que llevaría dibujar el fondo nuevamente, optimizando al máximo la utilización del material dibujado.

Un caso singular es el de la rosarina Beatriz Ramírez Blankenhorst, recibida a fines de los años noventa como Técnica en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos y del Taller de Cine de Santa Fe, que recibió por dos años consecutivos la Beca Antorchas para estudios de cine en el exterior, cosa que hizo en Florencia, Praga, Suecia e Inglaterra. Discípula del maestro checo de animación Bretislav Pojar, cursó rigurosos estudios de animación *stop motion*. También egresada de la Konstfack University College of Arts, Craft & Design, Animation och Animerad Film de Suecia, realizó su pasantía en Inglaterra con maestros como los hermanos Quay, Barry Purves (*Marte Ataca*), y los colaboradores del estudio Aardman Bolex Brothers y John Wright Modelmaker (*Pollitos en fuga*, *Wallace & Grommit*, etc). Es la creadora del encantador corto con muñecos *Malekonia*, filmado en Suecia en 2001, que muestra la odisea de un muñeco y una muñeca y su escape en pos de Malekonia, la Ciudad de los Muñecos. Combinando sabiamente el cuadro a cuadro con la acción en vivo (el actor elegido se destaca por su expresividad y facilidad para la pantomima), Ramírez muestra movimientos de cámara y encuadres de gran sutileza, como los movimientos de manos de sus criaturas que recuerdan por su delicadeza el accionar de las marionetas que aparecen en *La doble vida de Verónica*. Desde 2002 reside

[7] La serie fue una de las primeras producciones de Patagonik.



en la Argentina, desempeñándose como realizadora *freelance* y coordinando proyectos para televisión por cable, momentáneamente alejada de la animación cuadro a cuadro.

En otro partido estético podemos ubicar a Alejandra Tomei y Alberto Couceiro, ex punks, radicados desde 1992 en Alemania y ganadores del premio de la Cinefondation en Cannes con el corto de 27 minutos *TV City,* que en la Argentina se vio en el Festival de Escuelas de Cine de la FUC, el 11 de agosto de 2003. *TV City* demandó tres años de realización. A pesar de lo que pudiera suponerse, reniega de efectos digitales y apela a los que Meliès o Segundo de Chomón ya utilizaban y todavía están vigentes.[8]

Como un dato de la prehistoria de estos intentos, en los inicios del surgimiento de la era televisiva quedó el extraño proyecto de producir cortos de Popeye para los Estados Unidos en 1962. La idea la trajo un "emprendedor" argentino de apellido Costa. Los encargados del intento fueron Oscar M. Desplats, Dante Pettenon, Norberto Gaite y el muy joven aprendiz Oscar Grillo, en un sótano de la calle Ayacucho al 500. A pesar de limitaciones técnicas como la falta de *zoom*, que se hizo dibujo a dibujo o una mesa de animación prestada, el trabajo a cumplir, un minuto de animación, sonoro y color con historia ya fijada, tuvo un resultado positivo desde lo artístico pero no desde lo operativo, ya que se tardó muchísimo más de lo planeado: seis meses en lugar de los dos pactados inicialmente. El doblaje se hizo en inglés y la voz de Popeye recayó en Desplats, no sabemos con qué resultado.

[8] Diego Lerer: "Muñequitos para adultos/ Nos sentíamos extranjeros en la Argentina". *Clarín Espectáculos*, 10/8/2003, pág. 6.

Los años noventa: revaloración de un género

La nación necesita estar más cerca de los Walton que de los Simpson.
George Bush Sr., 1992, durante su campaña electoral.

Cuando un género o expresión artística alcanza la madurez, suele desarrollar la particularidad de comenzar a autorreferenciarse. Es como si después de un período determinado de afianzamiento y aceptación cultural, los artistas tuvieran el permiso tácito para hablar o mostrarnos algo que ya nos es familiar: su propia obra. Así ha pasado a lo largo de la historia en manifestaciones tan disímiles como la obra de Velázquez, géneros cinematográficos como el *western* o el cine negro, las letras de tango o la *bossa nova*.

En cuanto a los dibujos animados, los años ochenta transcurrieron en una medianía artística y creativa que llama la atención. El recurso en sí parecía agotarse, los personajes se veian fatigados, las historias se repetían y tanto la Disney como las producciones Hanna-Barbera para la TV transitaban por un período de chatura y falta de ingenio, donde la búsqueda de la efectividad parecía pasar más por la letra del texto que por la acción en sí. Por otra parte, la animación computada estaba todavía bien lejos de ser un vehículo capaz de transmitir una variedad más o menos amplia de sentimientos, o de plantearse como una alternativa a la animación tradicional envejecida, costosa y lenta.[1]

El paso de los años suele dar una mirada diferente a las vivencias de un momento determinado. En la segunda mitad de esa década, la generación que creció con los primeros años de la televisión y los últimos del cine en continuado comenzó a revalorizar lo que hasta ese

[1] Un ejemplo temprano de uso de animación computada es *Tron* (Steven Lisberger, EE.UU. 1982). Producido por la Disney, incluye momentos convincentes e innovadores, como la carrera de bicicletas.

entonces era considerado material de nostalgia de la infancia, o de adoración de fanáticos marginales o *nerds*.

A partir de la capacidad de los discos compactos de almacenar una hora de material de audio o más, el sello Tee-Vee Toons comenzó a editar en 1986 una serie de CDs que, por primera vez, recopilaba de manera seria y sistemática los temas musicales de prácticamente todas las series y programas de la historia de la televisión norteamericana; un archivo excelente que todavía hoy se sigue utilizando como referencia de efectos sonoros en la radio.

Mientras tanto, en Francia, a raíz de la emisión nocturna de sus cortos, Tex Avery ganó una reputación que no había disfrutado en vida.[2] Una devoción que en el país europeo se vio plasmada en material gráfico y sonoro, objetos de arte y memorabilia de todo tipo.[3] A diferencia de la fugaz moda nostálgica vivida en los Estados Unidos a mediados de los años setenta, esta corriente no venía cargada de ese perfume de viejos tiempos, sino que traía implícito un sentimiento de revaloración inédito y fresco.

Dentro de ese espectro, la producción clásica de la Warner Brothers y la Metro, los trabajos de los hermanos Fleischer, el Disney de la Segunda Guerra mundial comenzaron a recibir tratamiento y análisis serio de críticos e historiadores, gozando de los beneficios de una revitalizada carrera comercial que comenzó a tomarlos como objeto de libros, estudios, *merchandising* y revalorización estética, incluso con presencia cada vez más creciente en subastas y galerías de arte, donde los originales (y no tanto) de celuloide alcanzan altos valores de colección.

En la Argentina esta tendencia fue acompañada por los *fans*. Entre finales de los años ochenta y comienzos de los noventa aparece una serie de *fanzines* que rescatan la cultura televisiva de antaño (un antaño de diez, a lo sumo quince años atrás), con sus series, programas de culto como *Viendo a Biondi* o *Titanes en el Ring* y dibujos animados.

Este cine de animación clásico, generado básicamente entre 1930 y 1960, y vigente por sus emisiones en la pantalla chica, tuvo entonces su debido homenaje en *Quién engañó a Roger Rabbit* (*Who fra-*

---

[2] Tex Avery falleció el 26 de agosto de 1980. Había nacido el 26 de febrero de 1908 y en los últimos años de su vida trabajó para sus amigos Hanna y Barbera. El reconocimiento a su obra, como muchas veces ocurre, llegó después de su muerte.

[3] Entre la bibliografía francesa dedicada a Avery, cabe destacar dos excelentes volúmenes de Patrick Brion: *Tex Avery* (París, Chéne, 1986) y *Tex Avery, les dessins* (París, Editions Nathan, 1988).



med Roger Rabbit, Robert Zemeckis/Richard Williams, EE.UU. 1988), un proyecto nada sencillo que llegó para glorificar a la animación tradicional, justamente minutos antes de ceder espacio industrial a los *computer graphics* y sus ventajas.

Sin dudas, esta película fue la más innovadora y llamativa de 1988 e hizo que los dibujos animados fuesen objetos de análisis y notas a nivel masivo. Realizada en coproducción entre la Touchstone (Disney) y Amblin Entertainment de Steven Spielberg —esto es: la vieja y la nueva fábrica de fantasías—, fue desde su nacimiento una obra destinada a influenciar la producción de dibujos animados y el dibujo animado en sí en todo el mundo.

Por un lado, legitimando la calidad y valía de los grandes creadores como Chuck Jones, Disney, Bob Clampett, Walter Lantz, los Fleischer o el mencionado Avery, por medio de la aparición especial de sus personajes más entrañables. Así tienen lugar en la película Bugs Bunny y Mickey, los patos Lucas y Donald, el Pájaro Loco, Droopy o Betty Boop (en blanco y negro), entre decenas de cameos.

Por otra parte, desde un punto de vista técnico, *Roger Rabbit* fijó estándares —aún hoy vigentes— para la convivencia en pantalla entre personajes animados y actores. La palabra interactuación tiene desde entonces un significado nuevo y un uso casi cotidiano.[4]

Más allá de ese triunfo artístico y económico en boleterías, sobre todas las cosas, el mayor mérito de este largometraje fue revalorizar al dibujo animado ante la opinión pública en general y la opinión cinematográfica/crítica en particular. Desde ese momento no fue vergonzante o aniñado ver *cartoons*, llevar una corbata con el gato Silvestre o un tatuaje en el hombro con un amenazante Demonio de Tasmania, rebautizado Taz a efectos comerciales.

Es entonces en ese momento de madurez, que en los Estados Unidos y luego de tantos intentos curiosos pero no exitosos, nacen y crecen por primera vez dibujos animados destinados a un público maduro, exclusivamente televisivo.

[4] El trabajo fue reconocido por la gente de la Disney como uno de los más dificultosos de su historia. Realizado en secreto en Los Angeles y Londres, su costo no fue informado oficialmente pero se hablaba de 45 millones de dólares. A pesar de los rumores, no se utilizó animación computada en la animación. ILM (Industrial Light Magic) sí trabajó en uno de los aciertos del *film*: los volúmenes y la sensación de relieve en los personajes, inédita hasta entonces, y después copiada en personajes de ficción (como *Dibu* en la Argentina) o en dibujos animados publicitarios de todo el mundo. En cuanto al argumento, todavía podían verse rastros locales de su *Bujolandia* (*Toonland* en el original) en películas como *Micaela*, de Rossana Manfredi, estrenada en 2002.

De 1989 son *Los Simpson*[5] (*The Simpsons*, Matt Groening). De 1992, *Ren & Stimpy* (John Kricfalusi) y *El Crítico* (*The Critic*, de Al Jean y Mike Reiss).

El correr de los últimos años del siglo, junto a la mundialización de señales destinadas a públicos específicos, como MTV o Locomotion, terminó por abrir una nueva puerta a otro público y a nuevos personajes acordes con escepticismo de la época y la falta de ingenuidad de la gente frente a una televisión que conocía desde su nacimiento.

Lluvia de personajes

La década de los noventa vio un resurgimiento del dibujo animado como género dentro del *mainstream* internacional del cine y la televisión. La suma del perfeccionamiento de la animación computada y su complementación con las técnicas clásicas de animación permiten lograr productos interesantes para el público y relevantes desde el punto de vista artístico y estético. El nacimiento de Pixar[6] y su integración a proyectos con Disney tiene especial importancia en este resurgimiento, avalado por el público, la industria y la crítica.

Por otra parte, la televisión salió de su fatigado papel de repetidor de material producido décadas atrás y, como ocurriera a comienzos de los años sesenta, comenzó a poner al aire propuestas nuevas de estudios independientes, muchas veces adoptados o absorbidos por las grandes cadenas.

Como ocurriera tibiamente en aquella época, ahora con más audacia, los productos (aquí sí que está bien colocado el término) se dirigen, como dijimos, muchas veces a un público adulto o, en el mejor de los casos, a un público mixto. De este modo se llega a la particularidad de que es difícil que exista un programa destinado a los chicos que no tenga una referencia o guiño secreto a sus padres, aquellos antiguos espectadores de *Early morning cartoons*, que llegaron al año 2000 con treinta o cuarenta años de edad y miles de horas frente a las pantallas de TV.

De manera paralela, personajes como Homero o Bart Simpson, o

---

[5] Emitidos inicialmente en 1989 dentro de *The Tracey Ullman Show*, el 14 de enero de 1990 (Fox) tuvieron su propio programa de media hora. Tweiner, Ed / The Editors of TV Guide, *The TV Guide TV Book/40 Years of the all-time greatest: Television facts, fads, Hits and Histotry*. New York, Harper Perennial, 1992.

[6] *Luxo Jr.*, el primer corto de Pixar, fue dirigido en 1986 por John Lasseter. Con mucho de ejercicio de estilo, estaba protagonizado por una lámpara de mesa, que se convirtió con el tiempo en un emblema de la compañía, integrándose a su logo animado.



los niños de South Park pueden generar debates serios acerca de su potencial incorrección o subversión.

Que un canal como Cartoon Network[7] llegara a ser la señal de cable más vista en la Argentina es un reflejo de esta tendencia global, que se sustenta no sólo en la nostalgia como pudo haber sido en los primeros tiempos, sino en material de buena calidad con muy buen diseño (muchas veces bordeando el más estilizado diseño gráfico) y un especial cuidado en las historias.

En lo artístico y productivo, siempre tan unidos desde los comienzos, los dibujos creados para televisión siguen manteniendo como elemento esencial operativo la animación limitada, pero ahora con una autoconciencia admirable. Con la presión de continuar estrenando capítulos de media hora todas las semanas, no es posible llegar con sofisticaciones destinadas a producciones cinematográficas. Así el estilo crispado, muchas veces de autoparodia de la época, tiene su reflejo en largos segundos donde, por ejemplo, permanecen los personajes, un detalle, una gota de sudor, un ojo, fijos, con una gran síntesis expresiva al servicio del relato.[8] Esta tendencia tiene su influencia en la Argentina, donde junto al acceso a la tecnología y capacidad humana para producir dibujos animados, devino en los últimos años una sorprendente cantidad de personajes creados, muchas veces sin mayor difusión. Esto puede tener más de una explicación.

Antes de la revolución digital de 1999, hacer un corto animado era algo costoso y dificultoso. Hasta fines de siglo XX, llegar a hacer un dibujo animado en el país era comparable a filmar un largo. Alejados los años sesenta, la tarea se veía como algo inalcanzable. Desarrollar un personaje con aspiraciones de continuidad en el tiempo, como Hijitus, no era una utopía: directamente ni se pensaba en eso.

La generalización de las computadoras personales, sumada a las posibilidades del programa de computación Flash, se muestra como un marco tentador para realizar el sueño de muchos, pero concreción

[7] Señal de cable creada por la Turner Broadcasting que emite exclusivamente dibujos animados. En los EE.UU. tuvo su primera emisión en octubre de 1992; en Latinoamérica, el 30 abril de 1993 y en Europa, en septiembre de ese mismo año. Destinada en principio a emitir material de las *majors* adquiridas por el grupo: MGM, Warner Brothers y Hanna-Barbera, hacia fines de los años noventa incluyó programación propia, con series de gran éxito como ***El Laboratorio de Dexter*** (*Dexter's Lab*, de Genndy Tartakovsky, 1996), ***Las Chicas Superpoderosas*** -primero traducidas como *Chicas Coquetas*- (*The Powerpuff Girls*, de Craig McCracken) o ***Johnny Bravo*** (Idem, de Van Partible). Con el tiempo se agregó la señal ***Boomerang***, con un catálogo basado esencialmente en material *vintage* de Hanna-Barbera y otros estudios como UPA.

[8] Algo posible de ver en trabajos japoneses desde los años sesenta hasta la actualidad.

de muy pocos, de crear un personaje con vida propia y carrera profesional. Esto es, en la Argentina post convertibilidad, entre el sinnúmero de sueños de salvación económica, puede incluirse la venta del trabajo animado al exterior, cobradero en dólares o euros con cambio favorable.

Si personajes como *Mercano el marciano* y *El Mono Mario* son dos ejemplos exitosos, detrás se encolumna un ejército de decenas de proto personajes de difusión reducida y a veces ni siquiera eso. Mejor o peor realizados, crudos o elaborados, en su anonimato forman parte de la fauna del *cartoon* criollo actual, un género al que la mayoría de los realizadores parece destinar un sueño a la García Ferré o Disney, más que a contar una historia unitaria determinada y autoconclusiva para presentar como corto en algún festival.

Entre los muchos personajes nacidos o propuestos en el periodo 1999/2003, podemos mencionar a *Tino y Gargamuza* (creados por Gabriel Marchesini y popularizados en el programa *Televisión Registrada* de América TV), *Vida de Sapos* (de Poli Argento y Andy Chaskielberg, emitida por la señal de cable Nickelodeon), *Pato Baratuchi* (Federico Tarántola de la Iglesia), *Capitán Yerba*, *Omnicrom* (de Creatoons), *Chico Pobre* (Pablo Felli), *El Niño Malcriado* (Ayar B.), *Full Wellington* (Chad y García), *Orson* (para el canal de cable Volver), *Sokos & Trokos*, *Los Fixies*, *Los Kaboom*, y varios "*Los*" más, muchas veces amparados en la universalidad y libre acceso a Internet.

Un destino similar o tal vez más frustrante recorren personajes ya establecidos en medios gráficos que, al contrario de lo que ocurrió en otras épocas, también encuentran dificultades para dar el salto a la figura animada. Tabaré no parece estar muy satisfecho con la adaptación hecha de sus chistes unitarios en el Uruguay.[9] El venerable *Don Fulgencio* de Lino Palacio tuvo una intentona fantasmal en el 2000, animado por los hermanos Saavedra, proyecto que quedó trunco al fallecer los animadores. Ellos también habían intentado una adaptación de *Langostino*, de Ferro, para una posible venta al exterior. Sendra intentó una versión animada de *Yo, Matías* con un piloto de un minuto y medio de duración, al parecer satisfactorio pero sin éxito a la hora

[9] Se trató de unos cincuenta cortos pensados para venta al exterior, bajo el título ***El Tabaré se mueve***. Algunos se emitieron por la señal Locomotion (testimonio de Héctor García Blanco). En el terreno publicitario, la agencia Faillace empleó personajes del dibujante uruguayo para una campaña en video para la AFJP "Claridad". La animación estuvo a cargo de Desplats-Animadores Asociados, con animación de Miguel Nanni y Alberto Grisolía y animación computada de Ricardo W. Desplats.



de ser colocada comercialmente en televisión.[10] Y ni Fontanarrosa parece estar muy al tanto del globo de ensayo que en 1999 anunció la realización de un largo protagonizado por *Inodoro Pereira, el renegau*. Mientras tanto, Daniel Paz experimenta con la animación desde su página *web* y quedan en la historia los cortos del *Mago Fafa* del desaparecido Bróccoli, que animara en los años setenta Luis Cedrés.

Si exceptuamos el eterno retorno de Patoruzú, que se pone en marcha luego de la muerte de Dante Quinterno, el nexo editorial-pantalla parece roto y la causa de esto debe buscarse tal vez en la crisis total del sector gráfico. Destinada a sectores cada vez más segmentados, la letra impresa en todas sus formas diferentes ya no tiene el poder que tuvo, reservado este a otros medios.

El Eternauta y su lucha por animarse

Desde que comenzó a publicarse en 1957 en tiras semanales para la revista *Hora Cero*, se convirtió en la odisea argentina por excelencia. Al combinar elementos de ciencia ficción con temas universales como la guerra Norte-Sur y una escenografía real de Buenos Aires y sus alrededores, *El eternauta* nació como un clásico de posible adaptación cinematográfica.

Hacia 1968, Gil y Bertolini filmaron pruebas con la clásica imagen de Juan Salvo caminando de frente a cámara con su traje especial antinevada. La versión era fiel al original de Solano López y no la que por ese entonces se publicaría en *Gente* con dibujos de Alberto Breccia. El problema fue monetario y el proyecto no pasó de esos pocos metros producidos como un simple *demo*.

En los años ochenta, Adolfo Aristarain manifestó en más de una oportunidad su deseo de filmar una película sobre el tema con actores. Claro, esto fue cuando la tecnología digital era incipiente e inalcanzable para la Argentina, lo que convirtió a la declaración en una utopía sin sustento, como alguna vez lo fue el deseo de Manuel Antín de filmar una versión de *Adán Buenosayres* de Leopoldo Marechal.

En 1996 se habló seriamente de llevar la historieta de Oesterheld y Solano López a la pantalla de América TV, en un raro momento pro-*comic* de la televisión argentina, en el que Telefé también estaba produciendo la fallida serie *Cybersix*. El proyecto, con posible formato de

[10] En 2003 el personaje tuvo salida al aire como muñeco animado manejado desde atrás y en la oscuridad como Topo Gigio, interactuando con Araceli González dentro del programa de Canal 13 *Hacelo por ella*.

miniserie, fue más que un rumor y hasta una revista especializada como *La Cosa* le dedicó un espacio en la tapa en su número 5, de mayo de 1996.

En este caso no se pasó del período de pre-producción, esta vez a causa del célebre juicio por derechos entre la viuda de Oesterheld y Alfredo Scutti, de Ediciones Record, la editorial que publicó el material de *El Eternauta* en los ochenta. En ese momento se habló de que el guión ya estaba escrito en casi su totalidad, habiéndose diseñado el vestuario y creado los efectos especiales. El final de este capítulo de la saga es que nunca salió a la luz.

En 1999, el grupo francés AKSIS Team Flash produjo en Francia un corto en programa Flash. Se trata de animación limitada, realizada a partir de los dibujos de la versión Breccia de 1969, en versiones en francés e inglés, y que obtuvo el premio correspondiente a Nuevos Talentos en el FIFI 2002, Festival de Cine en Internet. Son 8 minutos de clima opresivo y tensión que terminan con un sugestivo "Continuará". Puede verse *on line* en: *www.analogiks_indians.com/eternaute*.

La última adaptación hasta la fecha de publicación de este libro fue en septiembre de 2003, cuando se puso en Buenos Aires una versión teatral independiente: *El Eternauta*, a cargo del grupo Morena Cantero Jrs. Como sucede con los grandes mitos, con su presencia y retorno cíclicos, todavía no está dicha la última palabra y quizá veamos alguna vez, en alguna pantalla grande o pequeña, la resistencia de los porteños a los Manos, Gurbos y Ellos.

Muñecos: de la inocencia al reciclaje y la ironía

Si el cine de dibujos animados siempre ha tenido un lugar marginal dentro del cine en general, quienes trabajan en animación de muñecos han tenido siempre un espacio aun más oscuro. Las características del trabajo, paciente y especialmente minucioso, más la ausencia dentro del país de especialistas en el tema, y también la escasa difusión de este material tal vez hayan hecho que este género permaneciera poco visto a lo largo de los años.

Como hito queda *De un solo tiro*, realizada por Carlos Duverges en 1937 (y rescatada por Paraná Sendrós en los años ochenta), muda, en la que se producía un divertido y *naïf* efecto en cadena. Ese mismo año se

produjo en Rosario tal vez el primer corto argumental en color del que se tenga registro en el país: *Todo era un sueño*, de Antonio S. Catiglioni.

Con las figuras de Mané Bernardo y Sarah Bianchi como referentes y el caso de González Groppa como figura de mayor importancia, el cine de muñecos fue siempre un misterio adentro de otro mayor, a la sombra de la producción de dibujos animados.

Con la dirección de Leonardo Goilenberg, de Cinepa, Bernardo y Bianchi filmaron cortos con sus títeres de mano como *Caperucita roja* (1949, en blanco y negro, y otra versión en color, inconclusa) y *Los tres ositos* (1950). Con Julio Ingenieros llegarían a la audacia mayor de filmar sus pequeños seres en 3D (1952). A fines de los años cincuenta, Juan José Stagnaro y José Raggi estuvieron entre quienes produjeron *films* comerciales con muñecos. Después, esporádicamente, cada tanto apareció algún ejemplo aislado de este difícil arte. Desde *La Carmen Criolla* hasta hoy ha pasado mucho tiempo. Y del modo que los *cartoons* han sido recategorizados, a los muñecos les cabe un nuevo papel. A comienzos del siglo XXI, tienen un espacio expresivo diferente, muchas veces como asumiendo un rol de símbolo *kitsch* de la decadencia moral y la corrupción de valores como la familia, la pareja, el *star system* o la sociedad de consumo.

Ya en 1985 la productora inglesa Aardman creó un hito de la animación cuadro a cuadro con el clip del tema de Peter Gabriel *La Maza* (*Sledgehammer*), un trabajo que demandó más de trescientas horas de filmación.

Hacia el borde del siglo, MTV difundió con éxito el programa *Celebrity Deathmatch*, en el que en un imaginario *ring* se enfrentan en luchas a muerte muñecos de plastilina animados que representan caricaturas de famosos como Britney Spears, Madonna, Mick Jagger, etc.

El corto *Marcello G., sólo un hombre* (1999) de Néstor F. y Martín C., tiene como protagonista a uno de los muñequitos cabezones originados en una promoción de Coca-Cola para el Campeonato Mundial de Fútbol de 1998, y que reproducían la figura de jugadores de la Selección, como Marcelo Gallardo. Mezclando tomas producidas especialmente, material de archivo y animación cuadro a cuadro se hace referencia a lo peor del submundo del fútbol. Arreglos, homosexualidad, drogas... con la presencia protagónica de Moshe DT como técnico de diabólica influencia en la carrera de *Marcello G., el Mugneco*.

Plata segura (2001), va más allá y parte de la figura de otro jugador real y del Real Madrid, Esteban *Cuchu* Cambiasso. Aquí se trata de la historia de un niño rubio, abandonado durante el Mundial 78 y adoptado por un gaucho alcohólico. Convertido en lustrabotas, su sueño es ser jugador de fútbol, cosa que cumplirá al más alto costo. El costo fue que los abogados de Cambiasso evitaron la exhibición de la película.

Filmados cronológicamente según el dogma de la Productora Dos Reis, los dos videos son una refrescante y desfachatada versión de lo que los muñecos pueden hacer.

En una dirección similar, Albertina Carri, asistida por animadores *stop motion*, realizó con subsidio de la Fundación Antorchas el corto de veinte minutos *Barbie también puede e-Star triste*. Irónico y despiadado, sus personajes estelares son distintas versiones de la famosa muñeca Barbie y su novio Ken, junto a otras imitaciones. La historia no tiene nada que ver con su mundo idealizado y plástico, tantas veces criticado. Aquí, una mujer cansada de las repetidas infidelidades de su esposo encuentra el placer con su empleada doméstica y un grupo de amigos. Su exhibición, organizada por la revista *La Cosa* en el Cine Cosmos en un programa doble junto con *Plata Segura*, de Néstor F. y Martín C., fue abortada por acción legal de la empresa Mattel, creadora de la famosa muñeca. Carri también utilizó muñecos de otra marca famosa en su largo *Los Rubios*: los multidisciplinarios *Playmobil* ilustran los momentos de fantasía de esta película sobre desaparecidos.

A efectos de evitar acciones legales o como parte del show, los responsables de *Marcello G.* se han presentado públicamente con antifaces. Han creado un alucinante dogma, que nadie siguió y en el que uno de los puntos consistía en filmar la biografía de jugadores de fútbol, sin guión, cronológicamente, con sexo explícito en la primera escena. Como dijo Martín C. a *Clarín Espectáculos* en una nota llamada precisamente "Muñequitos para adultos / Un dogma futbolero": "Con muñecos, tratamos de hacer una película bien humana. Nuestros personajes se comportan como todos nosotros; no son del todo buenos ni malos. Puede haber identificaciones amargas". Su trabajo, como el de Carri, puede compararse con los cortos infantiles *Action League* que dentro del programa *Kablam!* de la señal de cable

Nickelodeon que también protagonizan muñecos de juguete reciclados con un leve contenido irónico.

La animación dentro del video de creación

A principio de los noventa, Diego Lescano fue pionero en incluir la animación asistida por computadora dentro del vasto, amplio y muchas veces fatuo campo del video arte nacional. En sus cortos se vale de los medios a su disposición (a comienzos de los años noventa, rudimentarios) para incluir animaciones. Con poesía y estética que combinan diseño gráfico y video juegos, exploró en los últimos momentos del aviador y autor de *El principito*, Antoine de Saint-Exupéry en la investigación documental *Saint Ex* (1993), subtitulada "una teoría infográfica". También teorizó con humor sobre la muerte del mito mayor de los argentinos en la bastante difundida *Arde Gardel* (1991) y con otros íconos como el Che Guevara y Evita en *Flight 101 to No man´s land* (1992).

En un terreno que incluye el propósito de difundir su obra más o menos masivamente (algo que no suele ocurrir con los video creadores que se valen de la animación), el Grupo Doma viene desarrollando desde 1998 una actividad que comprende el dibujo animado, el diseño gráfico y el arte-guerrilla, incluyendo pintadas y *graffitis* antibelicistas. Sus integrantes nacieron en Buenos Aires entre 1974 y 1977: Mariano Barbieri, Julián Pablo Manzelli, Orilo Blandini y Matías Vigliano. En su página *web*, se autoproclaman como capaces de "Entender a la sociedad como un gran laboratorio que permite detectar su reacción frente a distintos estímulos (...) la polución sonora/ visual y el denso caos informativo saturan el medioambiente. Un clima que llama a la acción. Doma intenta intervenir en estos canales de información. Utilizando irónicamente los mismos elementos y códigos del sistema... se busca un cambio en el proceso perceptivo, ofreciendo nuevos puntos de vista." [11]

Así, han sido objeto de una muestra en el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba), entre noviembre 2002 y enero 2003: Doma+Momi+Ueno, con curadoría de Rafael Cipollini. También muestras colectivas como *Comida electrónica* en el Centro Cultural Recoleta, en julio de 2003. Allí exhibieron el colectivo de trabajo *Composición tema: la vaca* (2001, duración: 4 min., 10 seg.),

[11] www.DOMATV.com

donde el ícono argentino por excelencia es abordado por el grupo desde todos los ángulos imaginarios superando el concepto y la práctica del diseño sólo como puro divertimento formal. Combinando dibujo y videofilmaciones, en forma paralela a los proyectos experimentales, los Doma han realizado separadores y diseño de pantalla para señales de cable, difundidos principalmente por MTV y también con trabajos emitidos en Locomotion, AXN y Disney Channel, destacándose un clip para el grupo Radiohead.

Hijos de la época

Mercano el marciano y *El Mono Mario* son dos casos clínicos surgidos en este tiempo.

Con cortos en la señal de cable MuchMusic y la señal del tren subterráneo de Buenos Aires Subtv, *Mercano* fue emitido por primera vez en 1997 y su popularidad lo llevó al largo, concretado después de dos años de labor, con el apoyo del INCAA y la Universidad del Cine (el largo fue la tesina de Juan Antín y Ayar Blanco en la Escuela de Cine de Avellaneda). De hablar ininteligible para todos los humanos menos uno, Mercano viaja a la Tierra buscando venganza cuando un satélite mata a su perrito. Pero como todo puede fallar, su nave se destruye y cae en una Argentina devastada y una Buenos Aires hiperrealista. Caminando por la calle Lavalle, Mercano se cruza con gente que duerme en zaguanes, mendigos, cartoneros, saqueadores de comercios, pastores que prometen una dudosa salvación y hasta inmortaliza algún personaje de la fauna porteña como aquel anciano excéntrico que toca una flauta en las noches más tristes de la ciudad. Contra lo que podría suponer alguien no avisado, la estética está muy cuidada y hasta se incluyen secuencias en 3D (precisamente, las de realidad virtual). Realizada antes del quiebre de diciembre del 2001, *Mercano* es un retrato fiel de la debacle aliancista, a la vez que una crítica a la globalización y un anuncio del estallido de violencia, sabiamente enfocado contra el mundo virtual. Uno de los personajes burgueses declara en un momento: "Esto no da para más, vámonos a Barcelona". Más que sonar a chiste se escucha como un epitafio a los años menemistas.

Si la serie incluye cameos de famosos que prestan su voz a sus versiones dibujadas, como Diego Capussoto y Fabio Alberti o los Illya

Kuriaky, el largo incluye las voces de actores entre los que se destaca el trabajo de Graciela Borges y Damián Dreizik. La genealogía de Mercano tiene orígenes en el grupo hoy llamado *La Secta Edición*, y proviene de la revista alternativa *Catzole*, una publicación de *comics* que nació en 1994 como *fanzine*, cuando la moda de este tipo de publicaciones ya había pasado. Entre sus integrantes se destacó Ayar B. (la B es de Blanco), el primero en lograr que difundieran sus trabajos de animación. Dentro del esquema "políticamente incorrecto" su personaje El niño malcriado tuvo un buen recibimiento al ser presentado como piloto en la señal de cable Much Music, pero al estar en el aire un personaje similar, Chico Migraña (*Migraine Boy*), fue desestimado. Después el niño tendría vida propia en una serie de cortos caracterizados por la crueldad de sus reacciones y los finales trágicos. Esto motivó la creación de otro personaje, que derivó en Mercano el marciano.

Otro personaje malévolo sería el Gatito Rasbernardo, comprador y ventajero, de Ayar B., Nahuel Rando, Javier Suppa y Anarkin. Salvador Sanz, que comenzó a trabajar en programas de edición como el Adobe Premier. Hacia 1998/9 colaboró en los fondos y *layouts* para Mercano. Julio Azamor, otro de los integrantes del grupo, opina que a la moda de hacer animaciones se sumó la accesibilidad tecnológica. Lo que los *fanzines* fueron hacia 1997-98, en el cambio de siglo lo constituyó la animación. Trabajando para distintos estudios de la industria como Coto, o Bíttolo, en 2002 decidieron agruparse y así nació *La Secta Edición*, con intenciones artísticas y comerciales.

Dibujado y animado por Salvador Sánz, Nahuel Randi y Julio Azamor durante dos años, *El inivisor* es un corto que sobresale de la producción habitual de comienzos del siglo XXI. La fealdad o la sensación de premura presente en la mayoría de los trabajos en Flash aquí da paso a una animación realista, antropomórficamente estudiada y detallista, al punto de parecer rotoscopiada. En tonos oscuros, derivados directamente del *comic* cultivado en *Catzole*, se crea un clima de opresión y amenaza, por medio de la anécdota que remite a la posibilidad de hacerse invisible alcanzada por determinados seres. Entre otros trabajos del grupo están los cortos de *Don Pictórico*, una especie de Zelig o camaleón que reacciona según las pinturas que tiene enfrente. Un dibujo de estilo europeo con un personaje que trae remembranzas de los muñecos del dibujante norteamericano de la

revista *Mad*, Don Martin. También han realizado cortos de educación sexual para el Dr. Pascualini (J.J. Rovella), comerciales para el INTI o videoclips para SuperUva (dir. Federico Fernández).

El Mono Mario, en cambio, comenzó su carrera como un caso típico de la generación del noventa y nueve: nacido en agosto del 2000, circulando libremente por la *web*, un año más tarde llegó a registrar cincuenta mil visitas a su sitio para ver sus episodios.

Sin campañas publicitarias, sólo con el boca a boca, sus creadores Gastón Pérez Carossio, Diego "Dandy" Domínguez y Ary Gerson, se basaron en la más guarra caricatura de la viveza criolla y machismo, que, con sus escenas de sexo explícito, despertó el desagrado de muchos y la risotada de muchos más. En 2003 finalmente pasaría a la TV por cable, nuevamente por Much Music, con tres entregas semanales, llegando a registrar un para nada despreciable punto de *rating*.[12] El contenido en formato televisivo es mucho más *light*, quedando los episodios sin censura reservados a Internet, con acceso restringido previo pago por tarjeta de crédito. Algo que, para los seguidores del "argentino más canchero, mal hablado y mujeriego que hayas conocido", fue mal recibido, tal vez como una "avivada" digna del personaje y sus amigos. Pérez, se defendía en *Clarín*:[13] "Los chicos piensan que ganamos millones o que lo deberíamos hacer por amor al arte". La cuestión es que, con o sin razón, ahí comenzó la declinación popular de la tira, de personajes dibujados y animados con corrección por un grupo de veinte personas. Los cortos *hardcore* del Mono se venden a través del comercio electrónico a distintos países —tiene bastantes admiradores en Latinoamérica—, y el sueño Disney incluyó una tienda de *merchandising* y hasta una colección de figuritas o cromos, con álbum para coleccionar y venta prohibida a menores de 14 años.

Como Mercano, El Mono... forma parte o refleja la ruptura de códigos generalizada en todos los aspectos de la vida argentina durante la segunda presidencia menemista. Impunidad, descaro, nihilismo y cierto hedonismo (truncado a fines del 2001) son conceptos que consciente o inconscientemente manejan sus guiones.

De uno u otro modo, estos y otros personajes de la época se sitúan en las antípodas de Fleco y Male, la pareja adolescente creada en 1997 para la Secretaría para la Prevención de la Drogadicción, para interactuar con Alfredo Miroli, entonces Subsecretario Nacional de

[12] Karina Noriega. "Dibujos animados en internet. Generación flasheada..." *Clarín digital*, 6 de junio 2003.
[13] Karina Noriega, nota citada.



Prevención y Asistencia, en unos muy criticados *spots* televisivos.

En solitario, Juan Antín realizó sobre idea original de Paula Felix-Didier, un encantador *clip* acerca de *Circe* (Manuel Antín, 1963), con cucarachas y la voz en *off* de Julio Cortázar en una correspondencia grabada a propósito de la adaptación de su cuento. El corto fue proyectado en el Malba como presentación del ciclo Generaciones 60/90.

En la Red

Entre de la cantidad de trabajos que pueden encontrarse en la *web*, el grupo A2 Producciones se caracteriza por su coherencia y consecuencia. En el estilo desenfadado, con mucho de estudiantina y muy buen sentido del humor, su página *Argentinas Animadas* acomete sin miedo contra lo que para muchos es una barrera: la continuidad en el tiempo. Sus series son tres: *Los perales (la primera banda argentina animada en internet)*, *Vecinos!!!* y el divertido *Diccionario literal /Guía de palabras y argentinismos interpretados por nuestro polifacético protagonista.*

De duraciones que van entre el minuto (*Diccionario*) hasta los ambiciosos siete (*Los Perales*), se actualizan en forma quincenal. *El Diccionario...*, por ejemplo, supera las varias decenas de entregas, que van desde el humor tonto y simple del número 1 ("Se corre la bola") a interpretaciones cada vez más sofisticadas y excéntricas como "Ardientes". En la sección también figuran acreditados los colaboradores espontáneos que aportan ideas, a veces coyunturales como "Gracias" referida al *affaire* de un sacerdote acusado de abuso de menores.

Dentro de la misma variante de *webtoons* podemos también mencionar a *Loco Arts*, con sus personajes Alejo y Valentina. Autocatalogados como "sólo para adultos con alma de niños", se caracterizan por su humor escatológico y ácido, que permite elaborar una crítica a todos los valores de la sociedad desde lo feo. La producción integral está a cargo de Alejandro Szykula y sorprende la presencia de invitados más o menos famosos (como Humberto Vélez -la voz de Homero Simpson para América Latina- o Cecilia Zuberbühler), en el *casting* de voces.

La gran cantidad de realizadores surgidos entre dos siglos permite realizar festivales, muestras y ciclos con decenas de cortos diferentes,

por lo general de una duración no superior a los cinco minutos. La excelente versión *Anima 2003*, en la ciudad de Córdoba, puso a consideración del jurado y espectadores una variedad de trabajos que muestran un crecimiento creativo y expresivo. Como dijo Pablo Rodríguez Jáuregui, invitado especial a la muestra, "Hay muchos animadores argentinos nuevos que yo no tengo idea de dónde salieron". Muchos provienen de la cátedra de la UBA de Rodolfo Sáenz Valiente e Irene Blei. Otros pueden haber aprendido en Avellaneda, en talleres como El Mate, o en la "escuela de la calle" o, mejor dicho, de horas experimentando frente a una PC o Mac.

Una mirada a un programa pautado por el espacio *La Nave de los Sueños* en la primera mitad de 2004, nos permite encontrarnos con obras de nombres como José Luis Bisaño, Carla Barrenblit, Fabián Fossati, Juan Pablo Zaramella, Omar Kischinovsky, Axel Felix Mon, Mauro Serei, Gustavo Gorzalczany, Pablo Goitisolo, Ismael Naim, Pablo García Verdeja, Christian Angriman, Lucas Delgado, Georgina Valverde, Dolores Esteve, Federico Caram, Armando Frezze, Lucas Sileoni, Alejandro Soler, Diego Giménez, Lisandro Machain, Jorge Ramón Iriarte, Maximiliano Ciaccio, Juan Costa, Lorena Stricker, Gonzalo Vélez, Juan Domingo Ortiz, Alicia Rosenthal, Tamara Nemirovsky, Guillermo Telesca, Gabriel Quiroga, Gonzalo Ariel Butta, Pablo Chehebar, Daniel Mingione, Fernando Llistosella, Andrés Lozano, Ernesto Bazzano, Juan Martín Castro, Andrés Marcolla, Matías Berbari, Lucas Delgado, Jorge Ramón Iriarte y Mauro Serei. Una muestra parcial, que nos permite citar algunos de los muchos jóvenes que con influencias tan diversas como el *manga* japonés, Matt Groening, Disney o los maestros de la vieja escuela como Yiyo Adam, intentan expresarse desde el dibujo animado.

Testimonio: Alejandro Szykula

Luis Lucchesi entrevistó al creador de Alejo y Valentina. Por gentileza de la revista de cine fantástico *La Cosa*, reproducimos parte de ese reportaje:

—Todo empezó cuando me bajé el Flash 5.0 de Internet y empecé a investigar sin saber nada de animación o dibujo. Mi primera animación Flash fue *La Solidaria*, de humor negro. Después vino *El*

hijo de dios, que tuvo sus *fans*. Pero sin duda donde realmente empezó la magia fue en el 2002 con Alejo y Valentina, personajes creados al azar, sin ningún concepto ni idea preorganizada. Lo primero que salió es lo que quedó. Fue así: voy a dibujar a un hombre... pongámosle la voz. "Holaaa, yo me llamo ALEJO". Ahora, dibujo una mujer. Listo, ahora la voz "Holaaaaaaa, yo soy Valentinaaa y vivo acá con Alejoooo" "Mira el olor a chivo que tengo", tienen sexo con la ropa puesta. FIN del primer capítulo. Eso fue el verdadero Episodio 1, antes de la reedición.

-¿Que estudios tenés? ¿Y relacionados a la animación?

-Terminé la secundaria y no pisé mas un colegio salvo para votar. Todo fue de autodidacta. Los dibujos y las animaciones muestran lo que tengo que expresar en *ideas*, no necesito demasiada tecnología.

-¿Cuales son tus influencias? (De todo tipo)

-*Simpsons*, *South park*, Casero, Olmedo, Dolina, Les Luthiers, David Lynch.

-Tus dibujos son deliberadamente simples. Queda claro que es a propósito. ¿Tenés dibujos más elaborados?

-Los timotines son más elaborados, incluyendo la animación y el sistema de voces. Ahí puse más tecnología para darle calidad visual. Sólo existe un episodio de los timotines.

-¿Cuánta gente entra a la página?

-Hasta veinticinco mil visitantes por día y sigue en aumento. Con cada estreno el sitio supera el récord anterior de visitas.

-Con el tema de las voces invitadas ¿cómo conseguiste los contactos?

—A Humberto Vélez lo contacté gracias a uno de los *webmasters* de egelforum.com.ar, al que Humberto le había enviado un audio de regalo. "Kabronero, te estamos esperando en la taberna de Moe". Me dio su *e-mail*. Y después de intercambiar *mails* salió el tema de que podría colaborar para Alejo y Valentina. Él ya había visto la serie y le encantaba. La humildad de Humberto hizo que su próximo *mail* tuviera un archivo de audio adjunto: "La quiero con mayonesa, sin ketchup y con mostaza". Y bueno, el resto de los diálogos que hizo son alegría pura en *Almorzando con Carlitox*. A Cecilia Zuberbühler simplemente la grabé de la tele.

-¿Cuánto te cuesta hacer cada capítulo y mantener la página?

-No me cuesta, gracias a un arreglo de publicidad con la empresa de *hosting*. Y para hacer los capítulos no tengo gastos ya que no tengo empleados.

-¿Lo hacés todo vos solo, cierto?

-Sí. Es sentarme y actuar con cada personaje. Es hablar conmigo mismo. Lo disfruto y por eso sale bien. Alejo y Valentina tiene la mayoría de sus *fans* en la Argentina, pero existen grupos de *fans* en España, México, Chile y otros países de habla hispana.

Haciendo escuelas

Luego de la experiencia de Juan Oliva y aquellas míticas escuelas por correspondencia o con instalaciones propias de los cuarenta y cincuenta, la enseñanza del dibujo animado en la Argentina quedó librada a lo que los profesionales generosos quisieran transmitir a los aspirantes.

En 1960 Cándido Moneo Sanz, entonces a cargo del Departamento de Cine de la Escuela Superior de Bellas Artes (Universidad de La Plata), impulsó el Primer Seminario de Animación, para la enseñanza de la técnica del dibujo y del títere animado, con dirección de Arsenio Martínez. De los trabajos surgidos de ese ámbito, podemos mencionar *Mundo Mágico* que realizaron Nelva Bravis López y Angela María Nigri en 1962. Surgida del *boom* pop de la segunda mitad de los años sesenta, la Escuela Panamericana de Arte contó con el maestro Jorge Surraco como formador de animadores.

Entre 1983 y 1989, junto a Nora Antelo, implementaron cursos de animación para chicos en el taller ImAn. La producción llegó a ser importante, más en una época en que el video no estaba tan difundido ni al alcance de los realizadores de animación: más de treinta cortos en Super 8. Se exhibían en el Cine Club Claridad de la ciudad de Buenos Aires y en el C. C. San Martín. El taller finalizó cuando el formato Super 8 cayó momentáneamente en desuso.

Fernando M. Peña consigna que en Mendoza, Cristina Raschia y José Luis López desarrollaron una labor similar.[1]

[1] s/f. "Fichas Sueltas", *Film* 16, octubre/ noviembre de 1993, pág. 37.

En el mismo plano, también es de destacar el trabajo realizado con niños y jóvenes de 9 a 17 años por el taller "El mate", con supervisión de Lucía Cano e Irene Blei.

Yiyo Adam, Néstor Córdoba y Miguel Nanni han ejercido la docencia en Buenos Aires.

La historia no sería completa sin mencionar la Escuela de Avellaneda (con su costado polémico) y la presencia de entidades formadoras. En Tucumán, Bernardo Vides Almonacid, creador de cortos infantiles que prescinden de todo aspecto violento, creó en 1982 dentro de la Escuela de Bellas Artes de la Universidad de Tucumán el Departamento de Cine Animado. Trabajando en Super 8, en la modalidad de cooperativa, se produjeron *Nubes de papel*, *Persona* y *El banco* (recortes), entre otros.

Avellaneda Blues

En 1981 Rodolfo Sáenz Valiente dictó, a pedido del Instituto de Cine de Avellaneda, un seminario de animación. Un año más tarde ese seminario pasó a formar parte de la currícula del Instituto Municipal, dictado por el propio Sáenz Valiente. De ese primer seminario surgieron los docentes del curso, que originalmente tenía una duración de un año, y luego fue extendido a dos y finalmente a tres.

Al retirarse Sáenz Valiente, fue reemplazado por Luis Federichi, otro de los animadores entre dos épocas. Iniciado en el cine de paso reducido, sus primeros trabajos empleaban recortes, alternando con dibujo sobre papel.

El plantel de profesores se integraba con su directora Susana Tozzi, el camarógrafo Daniel Franzesón, la jefa de trabajos prácticos Marta Canessa. Emilio Gorini a cargo de guión, Jorge Martínez en efectos especiales, Arnaldo Di Pace en estructuras sonoras y más adelante Gabriela Nirino en computación.

Federichi recuerda:[2] "El proyecto inicial era generar, a la par de una escuela de capacitación, un centro de producción y experimentación para docentes y egresados (lo llamábamos "Avex", Avellaneda Experimental). Lamentablemente, dentro del marco de deterioro económico generalizado del país, esto no se dio, ni tampoco el sector de animación logró su autonomía dentro del Instituto de Cine, quedando

[2] Declaraciones a Alejandra Muñoz , julio de 2003.



siempre como un apéndice del mismo. Nunca hubo aporte ni interés oficial para hacer realidad las enormes posibilidades que tenía el curso de animación (durante años fue la única escuela con títulos oficiales en la materia)".

Pablo Delfini, otro de los docentes ligados a la Escuela, destaca que el proyecto institucional era experimentar con la técnica del cine animado, con el espíritu del National Film Board de Canadá. Pero cuando Grant Munro, del Board, visitó Avellaneda y se mostró interesado en coproducir con institutos latinoamericanos, no se llegó a un acuerdo que hubiera significado un salto en calidad y en medios. Ya que en los comienzos, según recuerda Delfini "Todo era nuevo. Esperar en Florencio Varela (allí estaban los laboratorios de Agfa) el revelado de los rollitos Super 8 era una espera mágica. Ver la proyección, el movimiento concretado, era una sensación indescriptible... algo que sigo sintiendo mientras espero el *render* del formato digital".[3]

Jorge Enrique Lumbreras, factotum del sello *Caracú*, primero alumno y después titular de la cátedra de Diseño Visual en Avellaneda, tiene una visión crítica del emprendimiento y de la gestión de Tozzi: "Cuando me acerqué la propuesta era formar realizadores para un trabajo independiente y que Avex fuera una productora que hiciera fuerza a la manera del Film Board de Canadá, pero todo derivó en la formación de una escuela que hizo de la realización independiente algo académico y creo que esto, sumado a un proyecto individualista y personal de su coordinadora no colaboró en un final feliz. A Avex le faltó un Norman Mc Laren, alguien que pudiera guiar lo creativo sin egoísmos, sin pensar en sacar ventajas de los demás. A todos nosotros nos faltó la mística, ese "fuego sagrado", que dicen los ingleses".[4]

Igual rescata al lugar y su permanencia, a pesar de todos los problemas económicos, sociales y políticos del país. Como testimonio fílmico de la escuela de Avellaneda queda el largo, producido entre 1989 y 1994, *S.O.S. Gulubú*, estrenado tardíamente en 1996.

Tomando como punto de partida las canciones de María Elena Walsh, con dirección a cargo de Susana Tozzi y Enrique Morales, el proyecto incluyó acción en vivo con actores como Julián Weich, Patricio Contreras, Leonor Manso o Ana María Giunta y la intercalación de *clips* que animan las clásicas grabaciones de Walsh de la primera mitad de los años sesenta.

[3] *Ibídem.*
[4] *Ibídem.*

Luis Federichi animó "El show de Perro Salchicha", "La calle del gato que pez" y "La Reina Batata". Pablo Delfini estuvo a cargo de "Canción para bañar a la luna" y "El reino del revés". Jorge Lumbreras, "La canción del estornudo". Daniel Ghuigliazza, "La familia Polillal". Elizabeth Manzano dirigió "La Mona Jacinta". Pablo Casajamor, "Canción para tomar el té". Gabriela Nirino, "Don Enrique del Meñique". Marta Canessa, "La Vaca estudiosa". Tiberio "Yiyo" Adam, "Manuelita", Roxana Villarino "El brujito" (Canción de la Vacuna). Rodolfo Sáenz Valiente estuvo a cargo de los efectos especiales.

La sensación que queda años después de este esfuerzo es la de una diversidad de estilos en los que no siempre los responsables quedaron bien parados. Singularmente, la animación con muñecos tiene una apariencia de mejor resuelta (como en "Polillal"), mientras que proyectos interesantes desde el punto de vista estético (como "Estornudo" o "Canción para bañar a la luna") no terminan siendo todo lo atractivos que prometen en su primer fotograma.[5]

Como sea, el proyecto Avex, por el que pasaron desde docentes como Luis Hermida hasta alumnas como Lucrecia Martel o Alberto Fasce de *Familia Animada*, es en esta historia el intento más importante de enseñar dibujo animado con un criterio cercano a lo universitario.

Córdoba y el CEA

Ignorada por Buenos Aires, en la ciudad de Córdoba se desarrolla una intensa actividad formativa. En este campo es destacable la labor que cumple el Centro Experimental de Animación de la Universidad de Córdoba. Desde 1993, sus objetivos incluyen la investigación y la experimentación, en la búsqueda de un espacio para la especialización de estudiantes en el campo del dibujo animado.

Carmen Garzón, Coordinadora del CEA, remarca el propósito de la carrera de "profundizar en el estudio de nuevas posibilidades técnico-expresivas buscando un lenguaje estético propio y definido, a la par de generar proyectos y responder a propuestas como la participación en certámenes, encuentros y festivales de cine. A la vez, buscar el contacto con otras instituciones, intercambiando información y experiencias, y posibilitando el intercambio de estudiantes becados".[6]

---

[5] Otras producciones de Avex en los ochenta fueron *El Garabato Colorado* (Luis Federichi, dibujos), *Disparate* (Pablo Delfini, dibujos), *¿Se vende?* (Susana Tozzi y Luis Federichi), *Taumanía* (Delfini), *OM* (Alicia Coria).

[6] Correspondencia de Carmen Garzón a María Alejandra Muñoz, julio de 2003.



En el terreno de la difusión, la actividad de la escuela cordobesa ha sido creciente y constante. En 1997 se realizó la primera Muestra de Animación Argentina, con la presencia de Simón Feldman, Susana Tossi y Esteban Tolj. En 1998, dentro del Festival Córdoba Audiovisual, se organizó una jornada dedicada al cine de animación y primera muestra competitiva de animación argentina. Esto motivó que, en 1999 y desde entonces, el CEA organice la Muestra de Animación Cordobesa "Sea lo que CEA" dedicada a difundir la producción local. En el año 2001 fueron las "Jornadas de Animación Independiente Córdoba 2001", incluyendo el seminario "Problemática de la Animación Independiente", dictado por Rodolfo Sáenz Valiente, Pablo Rodríguez Jáuregui, Javier Mrad, Nora Araujo y la cátedra. En esa ocasión también se desarrolló una Muestra de Animación Internacional. Una experiencia que fue capitalizada en 2003 y derivó en el sorprendente Festival ANIMA ´03 - Jornadas de Animación de Córdoba, de un nivel competitivo y organizativo fuera de lo común a nivel nacional.

La escuela rosarina

Al amparo de la genialidad del maestro Luis Bras, su estudio tiene continuadores en el grupo El Sótano Cartoons.

Integrado por animadores y dibujantes, entre sus creaciones se destacan los trabajos de BK y Basta, como *El osito que ve accidentes* (1999), que desde su chocolatín sorpresa mata a un taxista (por atragantamiento) y debe sobrevivir cuidado por la familia del muerto, llamado Rolando Rivas.

Tal vez su trabajo más difundido sea *El Show de los Perrolotuditos* (1998-1999), "documental apocalíptico" de Esteban Tolj en el que se desmitifica al perro como ícono, mostrándolo en toda su miseria animal, en un trabajo de gran observación y buen uso de la música de fondo.

El Bobo y el Bobero, de Diego Rolle, alude a la animación de otros tiempos con gran poesía (una constante de la escuela rosarina, en contraposición con el cinismo de las producciones porteñas). De difusión marginal o escasa en Buenos Aires, sin embargo logran editar un VHS, que muestra en la tapa a un pato Donald asesinando de un tiro a Mickey. La postura anti Disney también está presente en la compilación de cuarenta y siete minutos *El mágico mundo de color* y en la inclusión de una

presentación a cargo del supuestamente congelado empresario norteamericano. Entre los trabajos de los creadores de El Sótano podemos mencionar a Diego Rolle: *Foxtrot, Soko & Troko Industries*; Álvaro Ferrero Rocher: *Sombrerudo y Conejete, Ya sé hablar inglés*; Max Cachimba: *Señorita Corazón, Il Tourne le Monde*; Francisco Pavenetto: *A la cama con el Topo*; Guillermo Calichio: *Martín y Tincho*.

El Niño Rodríguez es otro ilustrador destacado de Rosario. En sus comienzos, sus dibujos e historietas lo emparientan con ilustradores europeos de los noventa como Ever Meulen o Joost Schwarte (a la vez deudores del belga Hergé, el creador de Tintín). Con los años va desarrollando un estilo propio, enriquecido por un conocimiento profundo tanto de la historia del arte como de la cultura popular argentina. De este modo, sus trabajos apelan a un sinnúmero de citas o guiños, que pueden comprender desde Pablo Picasso a los cuadernillos de *Simulcop*.[7] Sus trabajos, siempre impecables, han sido tomados frecuentemente como base para dibujos animados comerciales de clientes relacionados con el público infantil como Bagley o Terrabusi, experimentando ocasionalmente en proyectos propios como *Pamela* (compartido con Pablo Franza).

De investigadores y rescatadores

Su trabajo parece no tener fin. Desde 1991, Christian Aguirre está empecinado en registrar en video la historia del dibujo animado argentino y sus protagonistas. La idea original, junto a Jorge Lumbrera y Jonathan Paludi, fue realizar un largometraje. Ahora el formato al que aspira es una miniserie televisiva documental en siete episodios. Los cambios tecnológicos de los que dejamos constancia también han influido en la elección del material: los primeros reportajes fueron rodados en Super VHS, los últimos en mini DV, planeándose una terminación en Beta SP. El tema se complica en cuanto a la inclusión de material fílmico, casi todo en 16 mm, generalmente cedido por sus autores, pero incluyendo también copias en 35 mm, negativos, lo que hace que la concreción de *Argentina animada* esté ligada a un aporte que cuesta conseguir. El trabajo de investigación es único y permite ver y oír a

[7] Cuadernillos editados por la editorial Luis Laserre y Cía. entre la segunda mitad de los cincuenta y comienzos de los setenta. Impresos en hojas de papel vegetal, incluían dibujos de temas escolares como *La guerra de la Independencia*, *Vertebrados* o *La Iglesia de Jesús* (o un grado en especial) que al ser frotados con una espátula adjunta ("Impresor") se transferían a las hojas del cuaderno o carpeta. El *slogan* decía "Enseñando a reproducir crea el deseo de crear", lo que no era muy cierto, ya que suplantaba el dibujo a mano alzada.

Víctor Iturralde, Eduardo Ferro, Saénz Valiente, Oscar Desplats o Simón Feldman dejando testimonio de su manera de trabajar y su obra.

Aguirre se enorgullece de haber tenido una excelente recepción por parte de estos pioneros, llegando a la conclusión de que la historia de la animación argentina "es una historia de ultraindependientes... donde todo nace de la falta de elementos, muchas veces reducida a la nada. Es también una historia de sobreesfuerzo humano independiente".[8] Un testimonio que también podría aplicarse a la tarea de Aguirre, un infatigable difusor del cine como entretenimiento, a través de sus ciclos del Cine Club Nocturna.

Fernando Martín Peña es otro defensor del dibujo animado local. Desde la revista *Film*, el Club de Cine junto al desaparecido Octavio Fabbiano, el ciclo *Caloi en su tinta*, APROCINAIN o el MALBA, su pasión por el cine en general lo destaca como un conocedor del dibujo animado argentino y su historia, y un rescatador de tesoros ocultos. Pueden ser cortos mudos, publicidades antiguas o hasta un guión para recuperar a alguna figura fundamental olvidada por la crítica o los historiadores. Su trabajo, desde hace años, merece la mayor admiración.

Dirigida por Axel Kuschevatzky, la revista de cine fantástico *La Cosa* es un medio que, desde su aparición a mediados de 1995, ha mantenido informados a sus lectores de la actividad del dibujo animado argentino por medio de notas retrospectivas, reportajes a realizadores de películas actuales, críticas y previas de estrenos. Un espectro que no sólo cubre el material estrenado en salas cinematográficas, sino que se amplía también al corto, las animaciones para la *web* y trabajos producidos en el interior del país.

Por último, es de destacar el trabajo del Museo de la Caricatura "Severo Vaccaro". Allí Marcelo Niño y César Da Col han incorporado al objeto esencial del museo todo lo que hace a la conservación y divulgación de la historia del dibujo animado argentino y sus creadores. De manera desinteresada han brindado una colaboración esencial para que este volumen hoy pueda ser leído y ayudar a que esa historia sea un poco menos anónima.

[8] Entrevista con el autor, mayo 2003.

Multimedios, utopías e Internet



...un innovador proyecto basado en el uso de las nuevas tecnologías de la imagen cuyo gran mérito es, precisamente, no limitarse al puro efecto visual.
Del *pressbook* de Condor Crux, 1999.

El final del siglo, tantas veces soñado e imaginado, llegó con una oleada inédita de largometrajes argentinos de animación, que en poco tiempo igualaron la cantidad histórica producida desde *El apóstol* hasta ese momento. Dos factores fueron los que hicieron posible este fenómeno.

Por un lado, la disponibilidad de tecnología actualizada, junto a la formación de personal capacitado para manejarla. Esto permitió la suma de los trabajos de artistas y técnicos de la vieja y la nueva guardia, aquellos venidos de la animación tradicional, y éstos del campo de la animación computada.

El otro factor, directamente relacionado con el anterior, fue el momento de apertura económica, beneficiado por la ley de convertibilidad de pesos a dólares, que así como permitió la llegada de multinacionales y compañías proveedoras de servicios, facilitó la creación de grupos fijos o transitorios, favoreciendo la coproducción y la inserción de multimedios, inédita hasta ese entonces. Por primera vez podría decirse que en el campo del dibujo animado nacional hubo gente, o empresas mejor dicho, dispuestas a invertir en largometrajes. El éxito impensado de *Manuelita*, nacida de la unión entre García Ferré y Telefé, motivó otras aventuras. En ninguno de los casos el éxito del largo con el personaje de María Elena Walsh pudo ser repetido... ni siquiera por el mismo García Ferré, como ya hemos visto.

Algunos de esos grupos provenían del medio televisivo (Telefé, Artear), otros del cine (Patagonik), otros de España (Tornasol), otros de Estados Unidos (Buena Vista International). El resultado puede ser clasificado como poco destacado desde lo artístico o estético y poco redituable desde lo comercial. Esta lista incluye, además de los dos últimos largos de García Ferré, *Condor Crux*, *Los Pintín al Rescate*, la saga de *Dibu* (exitosa en su primer título de 1997) y otros productos menos logrados o de menor trascendencia que buscaron cubrir el espacio del cine infantil, abandonado por años del negocio cinematográfico argentino. A veces lo lograron, pero es de subrayar la general falta de ideas diferentes, tanto en la realización como en los argumentos, mal endémico del dibujo animado argentino.

Condor Crux fue dirigida por Juan Pablo Buscarini, Swan Glecer (a cargo de la animación 3D) y Pablo Holcer, además de contar con Luis Palomares como productor de animación. Coproducida por Patagonik, Tornasol Films y distribuida por Buena Vista, buscó apuntar a un público más adolescente, por medio de una historia de ciencia ficción ambientada en una Buenos Aires futurista. Los fondos en 3D contrastaron con los personajes dibujados en dos dimensiones y una cierta frialdad final. Las voces corrieron por cuenta de actores como Damián de Santo, Leticia Brédice, Fabio Posca, Pepe Soriano, Arturo Maly y el pionero del doblaje argentino Aldo Barbero, junto a especialistas como Eduardo Ferrari.

En su trasplante de la pantalla de Canal 13 (donde se pretendió imponerlos tal vez algo apresuradamente), el clan de pingüinos *Los Pintín al rescate*, de Franco Bíttolo, también combinó una búsqueda interesante en la composición de los personajes a partir de sus voces (Alfredo Casero, Diego Peretti, Maly), pero mostró una tendencia lamentable en el uso inexperto o poco agraciado del 3D con lo que, como en otras películas, los personajes animados en dos dimensiones chocan con escenarios, barcos, paisajes de poco elaborada animación tridimensional. Esta falta de unidad puede apreciarse notablemente en proyectos como *Corazón, las alegrías de Pan Triste* o *Micaela, una película mágica*.

Sin pretender ir más allá de lo que le permitían los medios con los que contaba, el caso de *Dibu*, de Rodolfo Mutuverría, es llamativo por la manera en que se encaró el proyecto televisivo y su posterior paso por el

cine. Se produjeron más de cien episodios combinando acción de actores y personajes animados, que fueron emitidos siempre por Telefé entre abril de 1996 y octubre de 1998, con el título *Mi familia es un dibujo*.

El personaje, un niño terrible con algún parentesco gráfico con el *Jaimito* del *comic* creado por Francisco Mazza (Revista *Las diabluras de Jaimito*), fue concebido especialmente con un criterio comercial, llegándose a vender la serie a unos treinta y cinco países, con particular éxito en Portugal.[1] Una vida que excedió largamente al ciclo televisivo, ya que derivó en tres largometrajes: *Dibu, la película* (1997, dirección de Carlos Olivieri y Alejandro Stoessel), *Dibu 2, la venganza de Nasty* (1998, Carlos Galettini) y el tardío *Dibu 3, la gran aventura* (2002, Raúl Rodríguez Peila, con dirección de animación de Franco Bíttolo), además de micros en el programa conducido por Maru Botana *Sabor a mí* y cíclicas reposiciones.

Criticado en los medios desde un comienzo por su flaqueza argumental, cabe destacar el esfuerzo de producción al realizar el ciclo televisivo, así como lo ajustado de la interactuación entre personas (los actores Germán Kraus, Stella Maris Closas, Alberto Anchart, Marcela Kloosterboer, entre otros) y personajes, algo que cobra mayor valor al tratarse de una tira semanal. Los largometrajes de Dibu, a la inversa de lo que podríamos imaginar, son subproductos de vacaciones de invierno en los que los personajes, al estar en otro medio ajeno añoran la inmediatez del *video tape*, pierden la gracia y espontaneidad que les dio el medio televisivo, a pesar de lo remanido de sus libretos.

Patoruzú y su eterno retorno

Segunda mitad de 2003. Como en la mayoría de las compañías de aviación comercial, las películas que se proyectan en los vuelos internacionales de Aerolíneas Argentinas provienen del cine *mainstream* norteamericano. Dentro de esa programación que rota con una frecuencia mensual, llama la atención la inclusión de un corto destinado a los niños, público por lo general poco cuidado en cuando a entretenimiento a bordo. La curiosidad puede ser mayor al ver que el material proyectado es un dibujo animado, muy bien realizado por cierto, que tiene al pequeño cacique Patoruzito como protagonista.

Desde *Upa en apuros* hasta comienzos del siglo *XXI*, puede llegar

[1] En la página *web* de la tercera secuela de la saga se afirma: "Dibu es sin dudas el más exitoso ejemplo de creación y posicionamiento de un personaje infantil animado a nivel local".

a sorprender la cantidad de veces que se ha tratado de llevar a la pantalla a los personajes de Dante Quinterno.[2]

De esos proyectos no realizados, entre los que podemos incluir hasta uno con actores como el posible *Isidoro Cañones* de 1971, con Santiago Bal, Chunchuna Villafañe y Guillermo Battaglia en un acertado *casting*, hay uno que se ha destacado por su importancia, el dinero invertido y lo controvertido de su producción. Llevado adelante por la empresa Megamak/ Patagonia World Wide en 1997, y fiel reflejo de los años de la convertibilidad menemista, este mega emprendimiento no se quedó atrás en cuanto a ambiciones: se harían dos versiones, una en castellano y otra en inglés, para las que no sólo se hicieron los *castings* correspondientes, sino que se grabaron pruebas. Mark Hammil, el devaluado protagonista de la primera *La Guerra de las Galaxias* (*Star Wars*, 1977, George Lucas), sería la voz protagónica de la versión angloparlante, mientras Jorge Sassi estaría a cargo de la variante local, secundado por el eterno Pelusa Suero y Lalo Mir. El público objetivo se ubicaría entre los 9 y los 14 años de edad. Julio Serna fue elegido como director a cargo de un equipo de 87 personas. Oscar Capristo, supervisor de la animación. Ricardo Ferrari, a cargo del guión, recuerda las marchas y contramarchas que sufrió el proyecto: "Cuando estaba todo listo y alguien decía que ya estaba por salir, otra persona de la misma editorial decía lo contrario y lo tiraban para atrás. Yo creo que en el fondo no había un deseo final de que saliera el proyecto". [3]

En realidad, primero se la presentaron dos proyectos a Dante Quinterno. El primero fue desestimado, pero al asociarse la editorial con parte del grupo, se tomó la decisión de llevarlo adelante. Pero nada fue como se prometía, a pesar de la cantidad de los talentos involucrados. Ferrari escribió un guión completo para el largo de Patoruzú y resúmenes para una serie televisiva de Patoruzito. Después se contrató a una empresa española para que hiciera otro guión. En un momento dado había diferentes equipos trabajando con distintos guiones, para, supuestamente, la misma película. El costo declarado fue, al parecer, de unos trescientos mil dólares, y se establecieron contactos con el *trade* mundial en Cannes.

Tomás de Estrada, director de la Patagonia World Wide, declaraba en 1997 al diario *La Nación*: "Nuestra forma de encarar el negocio es

[2] Al parecer, en la editorial habría un archivo con decenas de proyectos presentados.
[3] Entrevista telefónica con el autor, noviembre 2003.



igual a la que Disney aplicó en *El Rey León*".[4] Los sueños de primer mundo incluían al coronel Cañones operando una computadora, Isidorito manejando una moto y La Chacha en una cocina moderna (¿calentaría sus célebres empanadas en un horno a microondas?). Tanto los 26 episodios televisivos como la presentación de la película en el Palais de Glace porteño terminaron por ser promesas incumplidas. "El ambiente del dibujo animado, como el de la historieta, es raro. Pero este proyecto fue más raro", reflexionaba Ferrari en 2003. Del trabajo quedan dos pilotos, uno de Patoruzú y otro de Patoruzito (seguramente el que se exhibe en los vuelos internacionales, tal vez como adhesión al auge de lo patagónico, después de la asunción de Néstor Kirchner). De cinco minutos cada uno, quienes han tenido la oportunidad de observarlos, han podido apreciar una elevada calidad de dibujos, fondos y animación. Hasta ahora se los pudo ver en la Exposición del Libro de 1997, en el *stand* de Ediciones Universo... junto a fragmentos de *Upa en apuros*.

Al parecer, el honor de ser el proyecto sucesor de aquel sueño argentino de los años cuarenta, le corresponderá a otro Patoruzito, de Patagonik, Red Lojo Entertainment y Telefé. Con metraje comenzado a producir en 2001, fue suspendido con la crisis y retomado en 2003. La dirección de animación está a cargo de Franco Bíttolo y Alberto Grisolla y la producción ejecutiva, de Juan Pablo Buscarini. Los dibujos respetan el estilo gráfico del original, sumándose personajes no existentes en la historieta como Patorita y Upita. Una concreción que, paradójicamente o no, sólo tomó forma después de la muerte de Dante Quinterno en 2003.

¿Entonces? (A modo de conclusión)

Cuando se escriben estas páginas, la cultura popular de los años sesenta y setenta recibe el reconocimiento de libros, programas de TV y homenajes desde distintas disciplinas del arte, generados por aquellos que crecieron en esos momentos.

En ciertos ambientes del arte o disciplinas periféricas como la publicidad o la música pop, son bien vistos elementos o íconos referidos a ese momento de sus infancias. Tener una pileta de lona Pelopincho, una repisa con figuras de acción o comprar una colec-

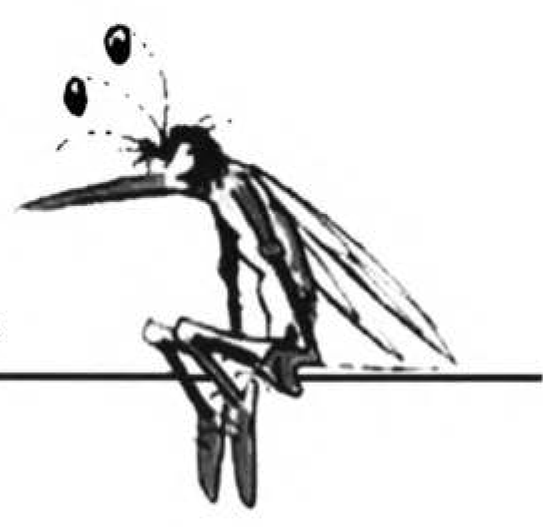
[4] "La TV grita ¡Ahijuna!" Julia Montesoro, *La Nación*, 1 de agosto de 1997, Sección espectáculos, pág. 1 y 2.

ción de muñequitos del chocolatín Jack no es observado como algo aniñado: por el contrario, es aceptado con una sonrisa de autoindulgencia. Así como otras generaciones anteriores se veían obligadas a hacerse adultas rápidamente para pasar a la acción (esto valía tanto para salir a trabajar como para la militancia), desde los años noventa se produce un retroceso en la salida de los tiempos despreocupados de la adolescencia. Es como si esa iconografía visual, sonora, televisiva, no quisiera pertenecer a un pasado caracterizado por el "te acordás" o los "cuánto hace que no veía eso", sino a un presente eterno de permanencia y entronización.

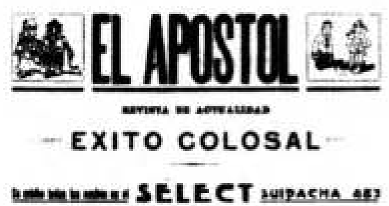
En ese entorno podemos ver, por primera vez en su historia, al dibujo animado como un modo de expresión tal como en su momento lo fue el *comic* alternativo. Algo que es coherente con la gran accesibilidad a medios tecnológicos, la globalización de la información, Internet. Dentro de esa facilidad ligada con lo inmediato, es posible realizar una animación con total libertad artística y expresiva, en tiempo sensiblemente más rápido y económico que de la manera tradicional, difundirlo o publicarlo en la *web*, crear un sitio para que el público, por lo general selectivo, pueda acceder a los trabajos. Esto es, cumplido un siglo del dibujo animado, algo que ni el más optimista de los pioneros o artesanos de la animación podía imaginar. Y es una realidad, comprobable en decenas y decenas de trabajos.

En el terreno industrial, entre tanto, se sigue viviendo un momento de continuidad en la producción de distintos proyectos (unos cinco al año), también algo inédito hasta hace unos cinco años. La gran deuda, en este caso, sigue siendo artístico-conceptual, exceptuando casos aislados. Habría que ver si se trata de un tema de quienes producen las películas, quienes las piden o quienes las hacen. Pero todavía faltan obras que, dirigidas a un público determinado, lleguen de manera noble y con calidad tanto técnica como de guión. Desde los inmigrantes de comienzos de siglo a la generación post-diciembre 2001, habrá que buscar el porqué de esta prevalecencia de la cantidad por sobre la calidad.

Dossier de imágenes







Pese a la aceptación del público, el primer largo animado del mundo no compensó la gran inversión de Valle.



Siempre el fútbol: *Entre pitos y flautas*, de Quirino Cristiani.



La caza del puma, de Juan Oliva: Rejucilo montando a Ciclón





Intento de un personaje con continuidad: *Filipito*, de Juan Oliva.



Juan Oliva.

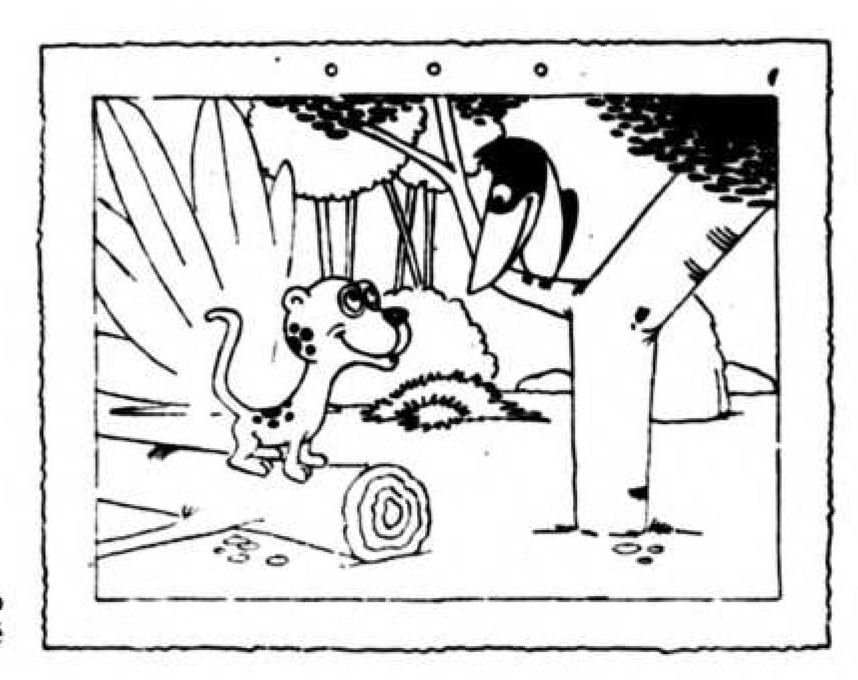


Walt Disney toma contacto con Molina Campos.

1950



Burone Bruché. Sinónimo de dibujo animado en los cincuenta.



Animales estilo Burone Bruché





Lúdico y subliminal. Dos fotogramas de *Hic*, de Víctor Iturralde.

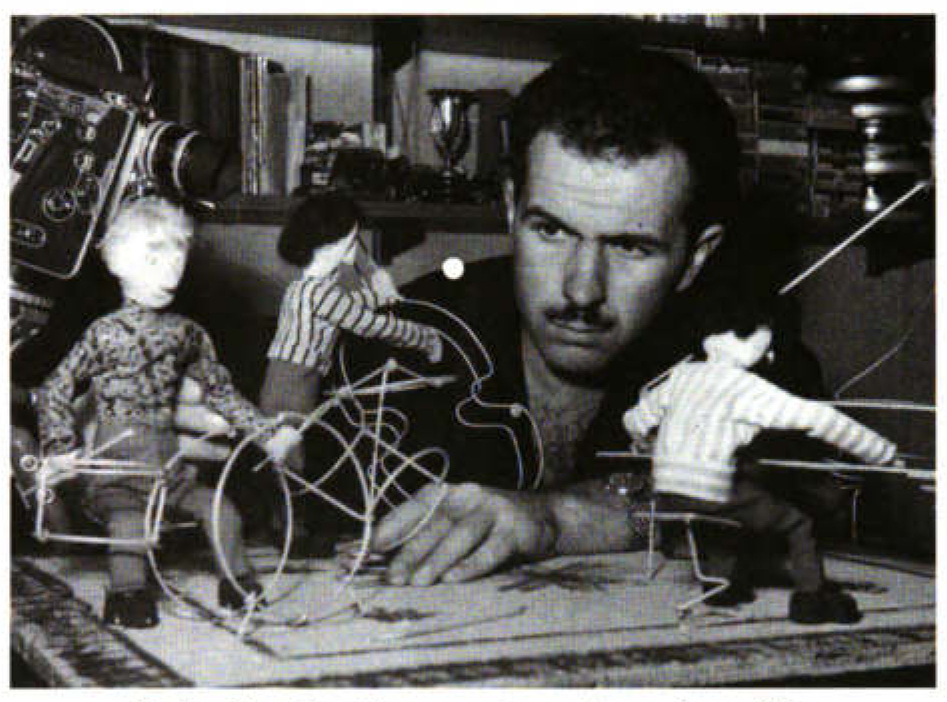


Metamorfosis en un comercial de Iturralde para caramelos Sugus.



Plácido, de Jorge Caro, intento de emular a la Metro y la WB.

1960



Carlos González Groppa y los músicos de su *Trío*.



Un día la gente dijo: *Momentito/Pluma, pluma*.
Personaje creado por Del Castillo para Licores Cusenier.



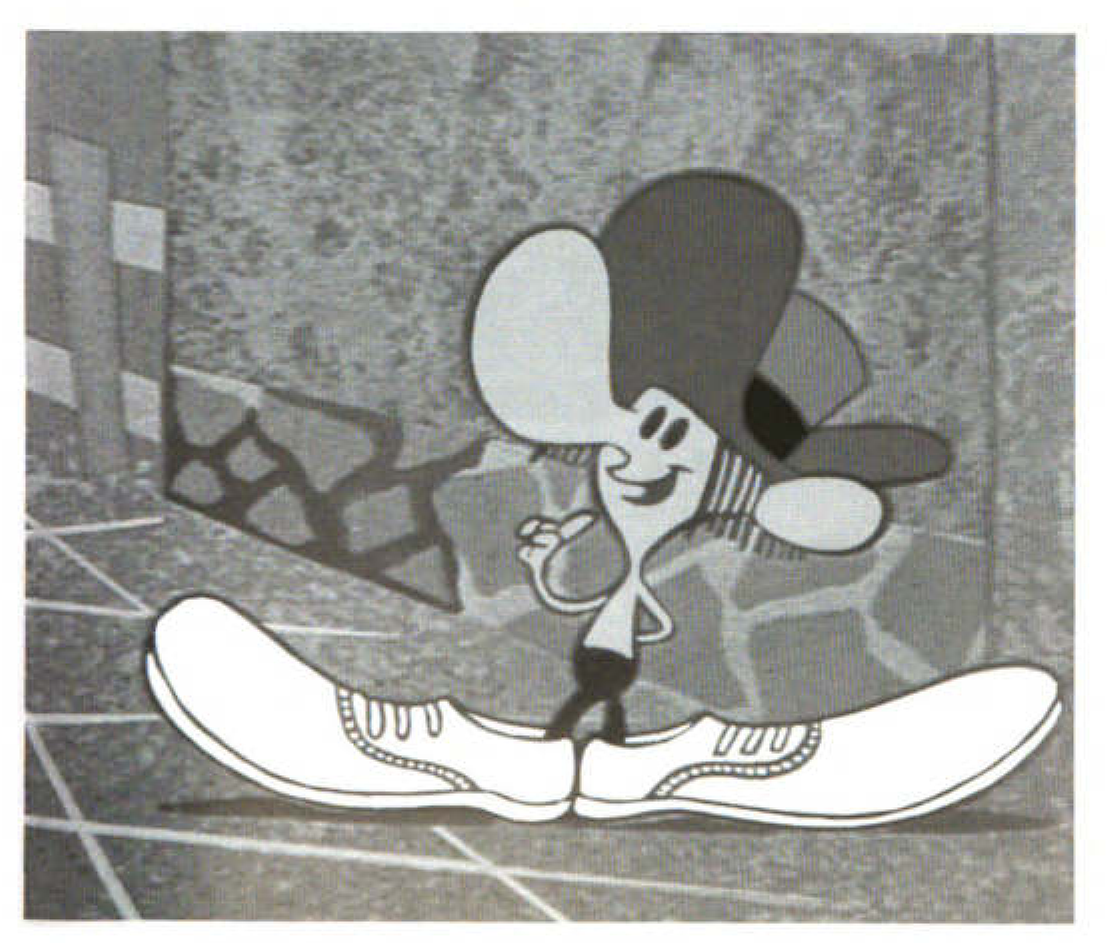
Primeros pasos de García Ferré con su productora, 1961.



La nena de Suchard, diseño suizo animado por García Ferré.



La Pandilla Mantecol:
García Ferré preanuncia
a Anteojito y Antifaz.



Personaje creado por García Ferré para Pampero.



Anteojito y Antifaz años sesenta: blanco y negro, publicidad, desenfado.



Hijitus: humor, ingenio, y éxito.



Influencia *beat*: boceto y final de una de las Ardillitas de Llave.

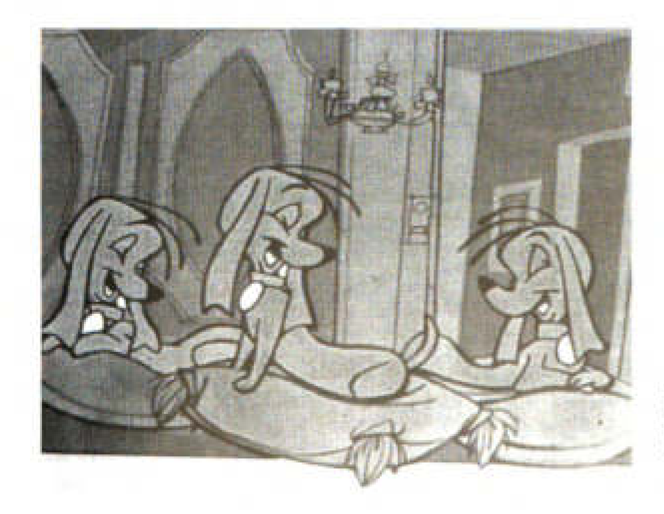
1970 -1980



Anteojito y Antifaz segunda etapa: color, largometraje, solemnidad.



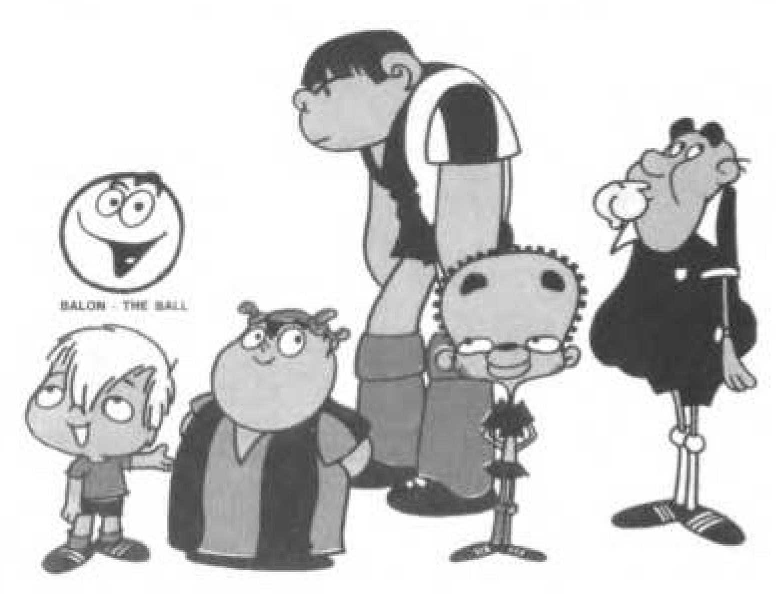
Luis Bras, un maestro singular, homenajeado por Pablo Rodríguez Jáuregui.



Permanencia en el tiempo: las perritas creadas para Tres Cruces/Casares Grey.



Petete y Trapito, una historia con lágrimas incluidas.



Siempre el fútbol: *Balón, Mascota y su ballet.*

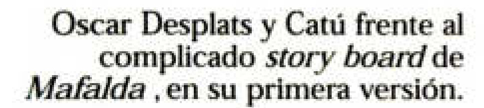


Algunos personajes desarrollados por Del Castillo en los setenta.



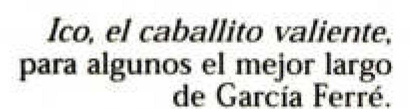
Acetato original de los mosquitos de Raid en su versión argentina (Dianar).





Oscar Desplats y Catú frente al complicado *story board* de *Mafalda* , en su primera versión.





Ico, el caballito valiente, para algunos el mejor largo de García Ferré.

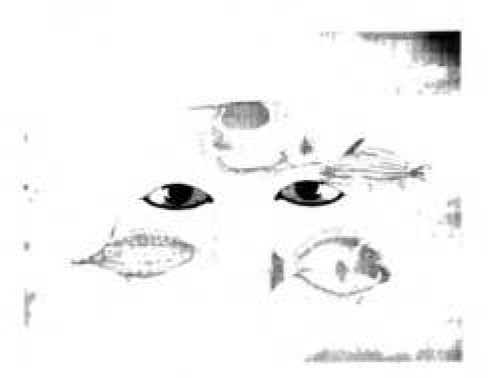


Una tarde de 1984 en el estudio de Jaime Díaz: Oscar Saavedra, Armando Da Col, Díaz, Raúl Barbero, Guillermo Mordillo, Luis Cedrés, Jorge Caro, José Quartieri, Alex Salas, Carlos Costantini.









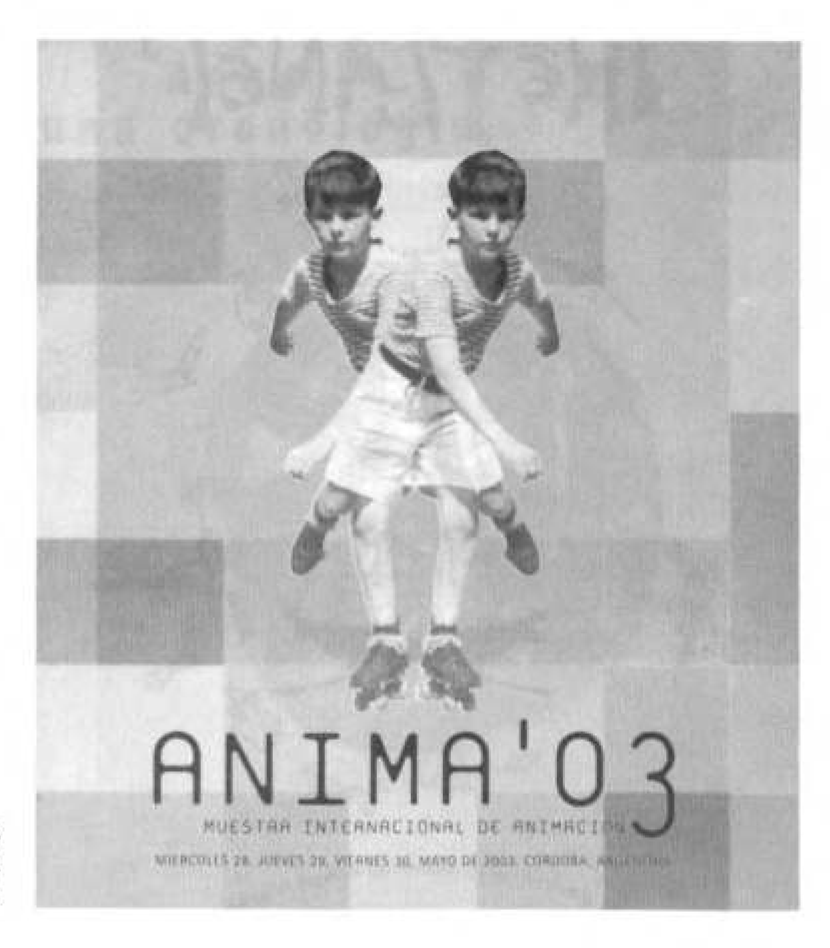
La sugerente *El Inivisor.*



Don Pictórico, sutil encuentro del dibujo animado con las bellas artes.



Lápiz preliminar de *Mercano , el marciano* en su versión largometraje.



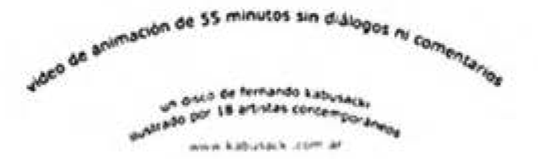
Córdoba y la animación: tapa del catálogo de Anima '03.

Acetato de Bartolito, el interés sentimental de *Manuelita*.



THE PLANET





Afiche de *The Planet*, el proyecto más audaz de Rodríguez Jáuregui.

Anexo:
una cronología

1906

EE.UU.: J. Stuart Blackton combina acción viva y animación en *Humorous Phases of Funny Faces.*

1907

EE.UU.: Cuadro a cuadro, Edwin S. Porter anima ositos de peluche en *The "Teddy" Bears.*

1908

Francia: Emile Cohl logra fantasmagorías efectivas en *Drame Chez les fantoches.*

El español Segundo de Chomón anima muñecos de porcelana en *Le théatre du Petit Bob.*

1909

Francia: Cohl dirige *Les joyeux microbes.*

1912

Canadá: Raoul Barré funda el primer estudio de animación, establece pautas técnicas y produce dibujos animados comerciales.

1914

EE.UU.: *Colonel Heeza Liar in Africa*, de John Randolf Bray, es el primer dibujo animado creado con un propósito de continuidad.

· **1916**

Argentina: Las *Actualidades Valle* incluyen el corto *La intervención de la Provincia de Buenos* Aires, donde Quirino Cristiani caricaturiza a Marcelino Ugarte.

EE.UU.: De la historieta al cine, *Mutt y Jeff* (Bud Fisher) son animados por Barré y Charles Bowers.

1917

Argentina: *El apóstol* (Cristiani/Valle) es el primer largo animado de la historia.

1918

La primera guerra mundial y el dibujo animado como vehículo de mensajes patrióticos: Cristiani dirige *Sin dejar rastros*, a partir de los buques argentinos torpedeados por Alemania. En Estados Unidos, Winsor Mc Kay presenta *El hundimiento del Lusitania* (*The sinking of Lusitania*), largometraje a propósito del acontecimiento que precipitó la entrada de su país en el conflicto bélico. En Brasil, *O Kaiser* de Seth focaliza su ironía en Guillermo II.

1919

Argentina: Apoteosis de los muñecos: Valle produce *Una noche de ópera en el Colón/Carmen Criolla*.

1920

EE.UU.: Éxito mundial del estilizado *El Gato Félix* (*Felix The Cat*), de Pat Sullivan/Otto Messmer.

Alemania: Hans Richter experimenta lo abstracto con su serie *Rhytmus*.

1921

Alemania: Animación y vanguardia en el corto de Walther Ruttmann: *Lichtspiel Opus I.*

1922:

Francia: *La Histoire de M. Vieux Bois*, de Lortac y Cavé.

1927

Argentina: Primeros filmes publicitarios argentinos, dirigidos por Cristiani, en su propio estudio.

1928

EE.UU.: *Steamboat Willy*, de Walt Disney y animado por Ub Iwerks, es el tercer corto de *Mickey Mouse* y el primero sonoro.

1929

EE.UU.: *Danza macabra (The Skeleton Dance)* muestra algo de la mejor animación del primer Disney.

1931

Argentina: *Peludópolis* de Cristiani, se suma a la moda de castigar a Hipólito Irigoyen, pero llega un año más tarde.

EE.UU.: *Betty Boop* de Max Fleischer agrega locura, creatividad y picardía a los primeros años del sonoro.

Francia: *L´idee* de Berthold Bartosch, combina compromiso político y poesía visual.

1932

Argentina: Primeros comerciales de Juan Oliva.

1933

Argentina: Vínculos entre el medio editorial (Editorial Atlántida) y el dibujo animado: Cristiani adapta los dibujos de Federico Ribas para el libro de Constacio C. Vigil *El Mono relojero.*

URSS.: Alexander Alexeieff desarrolla una pantalla de miles de alfileres y produce *Una noche en el Monte Calvo*, de efectos puntillistas de alta definición.

1936

EE.UU.: *Simbad el marino* (*Simbad the Sailor*) de Max Fleischer. Con *Popeye*, el mismo realizador experimenta el color, efectos de profundidad y un formato inédito: 18 minutos.

Gran Bretaña: *Trade Tattoo*, de Len Lye, combina audacia y anticipación estética.

1937

Argentina: Como complemento del noticiero *Sucesos Argentinos*, Juan Oliva filma la serie *Julián Centeya*.

1938

Argentina: Juan Oliva abre la Compañía Argentina de Dibujos Animados (C.A.D.A.). Continuando con la temática gauchesca, dirige el corto *Desplumando avestruces*.

Holanda: George Pal parodia a Bubsy Berkeley en *The Philips Broadcast of 1938*.

1939

EE.UU.: *Los viajes de Gulliver* (*Gullivers travels*), de Max Fleischer. Buena técnica, mal guión.

El almibarado estilo de Hugh Harman logra para la MGM un sorprendente alegato antibélico con el corto *Paz en la tierra* (*Peace on Earth*).

Japón: Kon Ichikawa dirige el largo *Kachikachi Yama (La liebre se venga del mapache*), donde sobresale la combinación entre imágenes y música.

1940

Argentina: *La caza del Puma*, de Juan Oliva, es destacado por su animación.

EE.UU.: La Disney refina su técnica: *Pinocho* (*Pinocchio*, dir: Ben Sharpsteen y Hamilton Luske).

Un conejo salvaje (*A Wild Hare*, supervisada por Tex Avery) es el primer corto protagonizado por Bugs Bunny.

Gran Bretaña: Halas & Batchelor fundan su estudio. Producen ese mismo año el comercial *Train Trouble*.

EE.UU.: Entre el arte y lo pretencioso. Disney lleva a cabo su experimento más audaz al unir la música clásica con el dibujo animado en *Fantasía* (Supervisor: Ben Sharpsteen, con segmentos dirigidos por Samuel Armstrong, James Algar, Bill Roberts y Paul Satterfield, Hamilton Luske, Jim Handley y Ford Beebe, T. Hee y Norm Ferguson, y Wilfred Jackson).

El corto con Andy Panda *Toc, toc* (*Knock, Knock*) de Walter Lantz, es la primera aparición de El pájaro Loco/El pájaro carpintero (Woody Woodpecker).

Tom y Jerry hacen su primera aparición en *El gato se pone las botas* (*Puss Gets the Boot* de Rudolf Ising, con Bill Hanna y Joseph Barbera no acreditados). Los personajes serán, por años, los más exitosos de la Metro.

1941

Argentina: Presencia del fútbol como tema excluyente: *Entre pitos y flautas* (Cristiani).

Emelco crea su departamento de Dibujos Animados, en principio a cargo de Juan Oliva.

Acuerdo para doblar al castellano películas de Disney con direc-

ción de Luis César Amadori y resultado satisfactorio: *Dumbo, Pinocho* (codir. Tito Davison), *Bambi*.

EE.UU.: Con sus momentos de gran angustia, *Bambi* de David Hand y la Disney, refleja indirectamente los horrores de la guerra.

Con el avance de la Segunda Guerra Mundial, el dibujo animado es usado como arma propagandística. Algunos ejemplos: Canadá: *V for Victory*, del National Film Board y Norman McLaren. Unión Soviética: *Ne toptat' fasistkomu sapogu nasej rodiny* (*No queremos dejar nuestra patria para ser atrapados por las botas fascistas*) de Alexander Ivanov e Ivan Ivanov-Vano. E.E.U.U: *All Out for "V"* (Mannie Davis /Terrytoons), *The Blitz Wolf* (Tex Avery).

EE.UU.: Con *El arte de esquiar* (*The Art if Skiing*) de Jack Kinney, la Disney comienza una serie de cortos que aprovechan a Goofy como personaje y en los que se dan consejos prácticos (*How to...*).

Los cortos de *Superman* de Max Fleischer son un estilizado ejemplo de animación de alto nivel (y alto presupuesto por cierto), incluyendo frecuente uso del rotoscopio.

Temprana aparición de la televisión en el corto *Televisión dislocada* (*Tangled Television*), dirigido por Sid Marcus para la Columbia y los estudios de Charles Mintz.

1942

Argentina: *Upa en apuros* marca el punto más alto de la animación local en el siglo XX.

Oliva intenta un personaje con cierta continuidad con *Filipito, un pajarito pendenciero*. Antes de dedicarse a la docencia y la animación comercial presenta sus últimos cortos: *Filipito Pistolero* y *Sueños de sustos*.

Burone Bruché se hace cargo del Departmento de Emelco. Allí produce los *Consejos del Viejo Vizcacha* y micros para el noticiero del estudio.

EE.UU.: Buena vecindad y colaboración de Molina Campos con Disney. *Saludos Amigos*, incluye el corto *El Gaucho Dippy (El Gaucho Goofy)*, dirigido por Jack Kinney.

1943

Argentina: El Dr. Jorge Alperín utiliza el dibujo animado con fines científicos y didácticos.

Cristiani: *Carbonada*.

EE.UU.: George Pal produce sus *Puppetoons* (estenada en la Argentina como *Muñecos Animados)*, serie que combina música con animación cuadro a cuadro de muñecos y que había iniciado en Holanda en la década del treinta.

EE.UU.: Disney y el esfuerzo de guerra: *La victoria por el dominio aéreo* (*Victory through air power*, supervisor: David Hand) y el corto con el pato Donald *Der Fuehrer´s face* (director: Jack Kinney), ganador del Oscar.

Canadá: *En passand*, de Alexandre Alexeieff y Claire Parker con el apoyo del National Film Board.

1944

Argentina: Cristiani encara la producción de un serie de cortos didácticos como *La vida de las hormigas*.

EE.UU.: Disney continúa con la política de la buena vecindad: *Los tres caballeros* (*The Three Caballeros*, dir: Norman Ferguson) incluye el corto *El gauchito volador (The Flying Gauchito)* de Ferguson y Eric Larson, con mayor influencia de Molina Campos.

1945

España: Producido en Dufaycolor, *Garbancito de la Mancha*, de José María Blay y Ramón Balet, es el primer largo hispano.

1946

EE.U.U.: *Las Urracas Parlanchinas (Heckle y Deckle, the talking magpies)*, de Paul Terry, le agregan cierta gracia a su producción adocenada, pero de importante presencia en los cines.

Checoslovaquia: *Pérak a SS* y *Zviratka a Petrovsti*, de Jiri Trnka. *Vzpoura bracek*, de Hermina Tyrlova.

1947

Argentina: Burone Bruché produce *Refranes populares* o *El refrán animado*, serie de cortos de un minuto e intenta una adaptación del *Fausto Criollo* en colores.

EE.UU.: *Clown of the jungle*, dirigida por Jack Hanna y con el pato Donald versus un pájaro excéntrico, es uno de los pocos cortos en los que Disney se acerca al humor tipo Metro o Warner.

El absurdo se combina con el miedo atómico y lo popular: *Un canario gigante (King Size Canary)* de Tex Avery.

El corto de Tom y Jerry *Concierto gatuno (Cat concert)* gana un Oscar para Hanna-Barbera e inaugura un lugar común repetido hasta el cansacio un personaje que ejecuta el piano mientras otro lo molesta.

El canario Tuity (Tweetie Pie), de Friz Freleng, gana un Oscar e introduce otro personaje duradero para la Warner.

Tuby la Tuba (Tubby the Tuba), de George Pal.

Francia: *El soldadito de plomo (Le petit Soldat)*, de Paul Grimault y André Sarrut. *Balada Atómica (Atomic Ballad)* de Jean Image.

1948

Argentina: Dante Pettenón: *Las cuatro estaciones*.

Checoslovaquia: Jiri Trnka: *El ruiseñor del emperador* (Cisaruv Slavik).



URSS: *La alfombra mágica (Kakhardakan Gorg)* de Lev Atamanov.

EE.UU.: Jay Ward y Alexander Anderson Jr. presentan *Crusader Rabbit*, la primera serie de dibujos animados pensada específicamente para la televisión.

España: Balet y Blay estrenan *Alegres Vacaciones*.

1949

Argentina: Pettenón revela su admiración por Disney en *Una isla en las nubes*, filmada en 16 mm.

Burone Bruché forma *Dibujos Animados América*, con la intención de realizar material sobre temas latinoamericanos.

EE.UU.: Avery alcanza un punto alto de surrealismo con *Qué suerte tan negra (Bad Luck Blackie).*

Caperucita Roja (Little Red Riding Hood), Ray Harryhausen.

Checoslovaquia: En *Inspirance*, Karel Zeman anima pequeñas figuras de cristal.

Italia: *I fratelli Dinamite*, largo de Nino y Tony Pagot.

1950

Argentina: Jorge Caro perfecciona su personaje Plácido, logrando estrenar con éxito su corto *Puños de Campeón*.

E.E.U.U.: Disney intenta volver a las fuentes con *La cenicienta (Cinderella)*, de Wilfred Jackson, Hamilton Luske y Clyde Geronimi.

Checoslovaquia: *El príncipe Bayaya (Bajaja)*, de Jiri Trnka.

1951

La moda del cine estereoscópico también incluye al dibujo animado. En el trienio siguiente se filman en 3D: *Now Is the Time* de

Norman McLaren; *The Owl and the Pussycat*, de John Halas and Brian Borthwick, un corto con Popeye *The Ace of Space*; el audaz *Boo-Moon* con Gasparín/Casper, un corto con el Pájaro Loco *Hypnotic Hick*, uno con Bugs Bunny: *Lumber Jack Rabbit* motivó el cierre temporario del departamento de animación de la Warner.

Argentina: Julio Ingenieros filma con su cámara experimental a los títeres de Mané Bernardo y Sara Bianchi.

E.E.U.U: La UPA (United Productions of America) encabeza una renovación estilística. *Gerald Mc Boing Boing* (dir. Jolly Frolics, Robert Cannon), adaptación de un cuento del Dr. Seuss logra éxito, un Oscar e influencia artística sobre toda la industria.

Poco comprendida en su momento, *Alicia en el País de las Maravillas (Alice in Wonderland)*, dirigida por Clyde Geronimi, Hamilton Luske y Wilfred Jackson para la Disney, es un acercamiento fiel al espíritu de Lewis Carrol.

Yugoslavia: *Veliki Miting* de Walter y Norbert Neugebauer.

1952

Argentina: Víctor Iturralde explora técnicas alternativas en *Ideítas*.
Irene y Karel Dodal realizan cortos didácticos a pedido del Ministerio de Educación.

Canadá: Mc Laren experimenta con la *pixilation* en su corto más famoso, *Vecinos (Neighbours)*.

EE.UU.: *Mister Magoo* se convierte en el producto más comercial de la UPA.

El intrépido capitán (Captains Outrageous) de Pete Burness.

Francia: Grimault, con textos de Jacques Prévert, estrena *La pastora y el deshollinador*.



1953

Argentina: Iturralde logra consideración pública con *Hic*, dibujada sobre el celuloide y próxima a la obra de Mc Laren.

Brasil: *Sinfonia amazônica* de Anélio Latini Filho.

EE.UU. La UPA adapta a Edgar Allan Poe en *El corazón delator* (*The Tell-Tale Heart*) de Ted Parmelee.

El programa de TV *Winky Dink and You* es pionero en el empleo de cierta interactividad con el espectador.

Yugoslavia: surge la llamada Escuela de Zagreb.

1954

Argentina: La animación se acerca al cine arte con *Composición*, de Rodolfo Julio Bardi.

Inglaterra: tomando como punto de partida la novela homónima de George Orwell, el largo *Rebelión en la Granja* (*Animal Farm*), de John Halas y Jay Batchelor, marca un camino al dibujo pensado para adultos.

EE.UU.: Con la estilizada *Música, Maestro (Toot, Whistle, Plunk, and Boom)*, de Ward Kimball y Charles Nichols, Disney vuelve a ganar un Oscar y se renueva.

1955

Checoslovaquia: Herminia Tirlová filma el largo de muñecos animados *Zlatovlaska* (*La princesa de los cabellos de oro*).

EE.UU.: *La dama y el vagabundo (Lady and the Tramp)* realizada en *cinemascope* y dirigida por Hamilton Luske, Clyde Geronimi y Wilfred Jackson, la Disney amplía su objetivo a un público más adulto.

Candidato al Oscar, el corto *La legenda del Picacho Arrullador* (*Legend of Rockbye Point*), es el mejor trabajo de Tex Avery para Walter Lanz /Universal.

Japón: *Yurei sen*, de Naboru Ofuji.

1956

Alemania Democrática: *El traje nuevo del emperador (Des Kaisers neue Kleider)*, de Herbert K. Schulz. Europa del Este sigue perfeccionando la animación de muñecos.

Yugoslavia: la escuela de Zagreb muestra su arte: *Nestasni robot*, de Dusan Vukotic.

Checoslovaquia: La creación del mundo *(Stvoreni Sveta)* de Eduard Hofman.

Francia: se celebran en Cannes las *Jornadas Internacionales del cine de Animación*, primer gran festival dedicado al tema. Con los años, deviene en el festival de Annecy.

1957

Argentina: Con *Trío*, Carlos González Groppa se revela como el animador de muñecos más importante de fines de de los cincuenta/comienzos de los sesenta.

EE.UU.: Gene Deitch crea *Tom Terrific*, para los estudios de Paul Terry.

Italia: El programa televisivo *Carosello* incluye dibujos animados de distintos artistas.

1958

Argentina: José Arcuri experimenta la interrelación entre imagen y banda sonora en la abstracta *Continuidad Plástica.*

Héctor Franzi sorprende con la antibelicista *Mambrú.*

EE.UU.: *Pulgarcito (Thomb Thumb)* de George Pal, combina acción viva con muñecos animados cuadro a cuadro.

1959

Argentina: *boom* del dibujo animado publicitario en la televisión. Se constituyen decenas de productoras, algunas de vida efímera.

Yugoslavia: *El inspector vuelve a casa (Inspektor se vratio kuci)* de Vatroslav Mimica.

EE.UU.: Indicios de modernización en Disney: *La bella durmiente (Sleeping Beauty)* dirigida por Hamilton Luske, Clyde Geronimi y Wilfred Jackson.

1960

Argentina: García Ferré logra popularidad con sus *Gatitos de Lanas San Andrés*. Ricardo Alventosa incursiona en el dibujo animado color con *Una historia negra.*

Cuba: *El Maná*, de Jesús de Armas.

EE.UU.: Hanna-Barbera: *Los picapiedras (The Flintstones).*

En el corto *Goliath II* (dir. Wolfgang Reitherman), la Disney comienza a usar fotocopias Xerox, reemplazando el entintado a mano.

Yugoslavia: *Surogat*, dirigida por Dusan Vukotic, de la escuela de Zagreb, gana el Oscar.

1961

Argentina: Primer Festival de Dibujos Animados.

Catú: *La pared.*

EE.UU.: Disney emplea la xerografía en el largo *La noche de las narices frías (One hundred and one Dalmatians)*, dirigida por Reitherman, Luske y Geronimi.

1962

Argentina: *El presidente viajero,* adaptación de un chiste gráfico de Siulnas a propósito de la caída de Frondizi, retoma la veta política después de Cristiani.

EE.UU.: Ecos del pasado: la Metro comercializa *El festival de Tom y Jerry*, primera compilación de antiguos cortos, que seguirá reciclándose en los cines hasta fines de los ochenta.

Gran Bretaña: con la ayuda del British Film Institute, Héctor Hoppin y Anthony Gross finalizan *Indian Fantasy*, segmento del proyecto *La vuelta al mundo en 80 días (Around the World in Eighty Days)* interrumpido desde la Segunda Guerra Mundial.

Japón: El primer programa de dibujos animados de la TV local es *Otogi Manga Calendar*.

1963

Argentina: Néstor Córdoba combina vivo (el joven actor Norman Briski) y dibujo en un sosfisticado comercial para Peugeot 403. Productora: M.C. Films/ Agencia: International Advertising.

García Ferré: *Anteojito y Antifaz* (cortos de publicidad por Canal 9) logran una popularidad inédita, de la que surgirán todo tipo de subproductos.

Checoslovaquia: Muñecos: Jiri Trnka dirige *Kyberneticka babicka*

Dibujos: *Spatne namalovana slepice,* Dirigida por Jiri Brdecka, del estudio Bratri v triku gana en Annecy.

Japón: éxito internacional de *Astroboy (Tetsuwan Atom)* de Osamu Tezuka.

1964

Argentina: García Ferré lanza la revista *Anteojito*, de la entonces Editorial Julio Korn.



Del Castillo: *Alemanes*. Agencia: Ricardo De Luca. Cliente: Cerveza Bieckert.

Desplats: Separadores del largo *Buenas noches, Buenos Aires*. Productora: Producciones Story.

EE.UU.: Mirisch, De Patie y Freleng: *La pantera rosa* (*Pink Panter*) gana un Oscar por el corto *The pink phink* destacándose por su sutileza y recursos pantomímicos, prácticamente sin palabras.

La Disney combina dibujos y actores en *Mary Poppins* (John Stevenson/Hamilton).

Hanna-Barbera explora un tipo de dibujo más naturalista con *Jonny Quest*.

1965

España: *La familia Telerín*, de Francisco Macián, cortos para anunciar el fin del horario de protección al menor, derivan en una extensa línea de *merchandising* y son exportados a distintos países, incluyendo Argentina.

EE.UU.: Chuck Jones puede experimentar y gana un Oscar con la minimalista *El punto y la línea (The Dot and the Line)*.

1966

Argentina: Otro éxito increíble de público: Ceretti/Blotta: *Ardillitas de Ginebra Llave*. Productora: Printer Avance. Agencia: Ricardo De Luca. Anunciante: Licores Peters.

España: el largo *El mago de los sueños*, de Francisco Macián, con la familia Telerín, es una apuesta audaz y creativa.

Japón: *Kimba, el león blanco* (*Jungle Tatei*) de Ozamu Tesuka es el primer *animé* realizado en colores. Con los años, el *film* de la Disney *El Rey león* (*The Lion King*) sería sospechado de plagio.

1967

Argentina: García Ferré: *Las aventuras de Hijitus* (episodios diarios de un minuto por canal 13).

EE.UU.: Nacen personajes más sofisticados para la TV. *George de la Jungla (George of the Jungle)* de Jay Ward, es una crítica divertida a *Tarzán* y el cine de aventuras de Hollywood.

1968

Inglaterra: *El Submarino amarillo* (*Yellow Submarine*), de George Dunning, con música de *The Beatles* y financiación del *King Features Syndicate.* El estilo pop de los dibujos del alemán Neinz Edelman será copiado universalmente durante años.

Yugoslavia: *Opera Cordis*, de Dusan Vukotic.

1969

Argentina: Año récord de inversión publicitaria en la Argentina.

E.E.U.U.: Ironía anti Disney: Peter Lord presenta el corto *Bambi Meets Godzilla.*

Herminia Tirlová: *Hevzda Betlemska* (*La estrella de Belén*).

1970

Argentina: Costantini: *Doña Tele*, micros para Canal 13.

EE.UU.: Notoria baja en la calidad de los cortos de dibujos animados producidos para la TV.

1971

Argentina: *Mc Perro*, de Costantini, renueva el estilo de los *cartoons* argentinos y tiene buena repercusión de público a pesar de su brevedad.

Se inicia el proyecto *Mafalda*, con participación de algunos de los animadores más destacados del país.



Otro personaje querible e inseparable de su *leit motiv* musical: Del Castillo: *Milqui* (Dodge 1.500). Cliente: Cryshler Fevre Argentina.

EE.UU.: Ralph Bakshi adapta el *comic* de Robert Crump *Fritz el gato (Fritz the cat)*, ampliando el espectro del dibujo para adultos hacia la temática sexual. En la Argentina se estrenó en 1975 con muchos cortes.

1972

Argentina: García Ferré estrena finalmente *Mil intentos y un invento/La película de Anteojito y Antifaz*, luego de cuatro años de producción.

Gran Bretaña: Abre sus puertas el estudio Aardman Animation, especializados en la animación de muñecos de plastilina.

1973

Argentina: García Ferré compila episodios televisivos y compone el largo *Las aventuras de Hijitus*.

Teleonce emite los cortos de *Mafalda*.

Hungría: Marcel Jankovics estrena *Janóz Vitéz*, de logrado estilo estético.

1974

Argentina: En los micros televisivos de Canal 13 *El libro gordo de Petete*, García Ferré combina títeres de cámara negra con segmentos de animación limitada.

1975

Argentina: García Ferré: *Petete y Trapito*.

1976

Argentina: Una guerra de un solo hombre: Simón Feldman termina *Los cuatro secretos*.

Alberto Abdala, en tanto, no puede finalizar su ambicioso proyecto *La isla de los dibujos*, que combinaba actores y animación.

México: *Los tres reyes magos*, de Fernando Ruiz.

1977
Argentina: Durante la primera etapa del autodenominado "Proceso de Reorganización Nacional" los dibujos animados son utilizados como propaganda "antisubversiva".

A la sombra del Mundial 78: *Balón, Mascota y su balet* (O. Desplats, para Adidas).

García Ferré termina *Ico, el caballito valiente*, pero por presiones de la censura no puede estrenarla.

1979
Gran Bretaña: Oscar Grillo gana en Cannes con el videoclip para Linda McCartney *Seaside Woman.*

Polonia: *A-B* de Miroslaw Kijowicz.

1980
Perú: *El cóndor y el zorro,* de Walter Tournier.

1982
Argentina: Finalmente se estrena en cines el largo *Mafalda*.

Brasil: luego de más de veinte años de éxito con sus comics, Mauricio de Sôusa produce su primer largo: *As aventuras da turma da Mônica.*

1983
Argentina: Con la llegada de la democracia, se estrena *Ico, el caballito valiente*, conceptualmente tal vez el largo más interesante de García Ferré.

1984

Argentina: Daniel Cavallaro toca el tema de la mano de obra desocupada de la dictadura en el corto *Stop motion: 1983*.

1985

Argentina: Inspirado en Gogol, el corto *La Nariz*, de Alberto Guidici, es el episodio más celebrado del largometraje *De este pueblo.*

EE.UU.: bajo el pretexto de disminuir la dosis de violencia televisiva, la cadena ABC elimina ciertas escenas de los viejos cortos de la Warner Bros.

Cuba: *Vampiros en La Habana* de Juan Padrón tiene difusión internacional.

Uruguay: *Nuestro pequeño paraíso*, de Walter Tournier.

1986

Argentina: Hugo Duarte y Daniel Cavallaro: *Juguemos a crecer*, animación de maquetas de mensaje pacifista.

Cuba: Juan Padrón adapta a Quino, en la serie de cortos *Quinoscopio.*

Brasil: *O planeta Terra*, mega proyecto dirigido por Marcos Magalhaes.

1987

Italia: El largo *Allegro, ma non troppo*, de Bruno Bozzetto, toma a la música clásica de un modo mucho menos solemne que *Fantasía.*

1988

EE.UU.: *¿Quién engañó a Roger Rabbit? (Who Framed Roger Rabbit?*, dir: Robert Zemeckis, anim: Richard Williams) revaloriza y da un nuevo sentido al dibujo animado. Es a la vez un canto del cisne de la animación tradicional.

Japón: Basada en el *comic* homónimo, *Akira* de Katsushiro Otomo, es una obra influyente y de culto.

Colombia/Argentina/Cuba: Fernando Laverde realiza una versión del *Martín Fierro* con muñecos.

1989

Argentina: Se estrena *El escudo del cóndor*, dirigida por Luis Palomares, luego de tres años de producción. La animación de muñecos es satisfactoria.

Estonia: En *Noblesse Obligue*, de Rao Heimets, se animan muñecos a escala real.

1990

Argentina: Rubén Pergament: *Margarita.*

EE.UU.: *Los Simpsons (The Simpsons)* de Matt Groening, tienen su propio show televisivo.

1991

E.E.U.U.: *Beavis & Butt-Head*, de Mike Judge, aparecen por primera vez en el segmento *Liquid Television* de la MTV. En 1993 tendrían su propio programa.

1992

Argentina: Pablo Rodríguez Jáuregui experimenta y se expresa en cortos como *El Gordo* y *El pibe.*

1993

EE.UU.: La animación cuadro a cuadro explora nuevas estéticas con *El extraño mundo de Jack (The Nightmare Before Christmas)*, de Henry Selick a partir de idea y producción de Tim Burton.

Pinky y Cerebro (Pinky and The Brain) son el producto más destacado de la coproducción de Steven Spielberg y la Warner.

1995

Argentina: García Ferré *aggiorna* los capítulos televisivos de Hijitus y prepara dos nuevos capítulos.

1996

Argentina: *Mi familia es un dibujo*, de Patagonik y Telefé, es la primera tira semanal televisiva en incluir dibujos animados combinados con actores. Un año después, llegaría al cine con *Dibu, la película*.

1998

Argentina: Arte electrónico: comienza en la televisión local cierta tendencia a incluir animaciones en las placas de presentación de sus programas: Canal 13, América Dos.

EE.UU.: de la TV al cine otra vez: *Aventuras en Pañales* pasa a la pantalla grande con *Rugrats la película* (*The Rugrats Movie*).

1999

Argentina: Siguiendo la tendencia mundial, el programa de animación Flash se populariza como una herramienta eficaz y accesible para hacer animación en la *web*.

Canadá: resurgimiento del National Film Board con el éxito de *When the Day Breaks*, de Wendy Tilby y Amanda Forbis.

2000

Argentina: De la TV al cine: Franco Bíttolo dirige *Los Pintín al rescate*, irregular en el resultado final pero con ciertas inquietudes por separarse del esquema García Ferré.

Gran Bretaña: *Pollitos en fuga* (*Chicken Run*) de Nick Park demuestra lo efectivo y sofisticado de la animación de muñecos en plastilina.

EE.UU.: *Fantasía 2000* de la Disney es la tardía secuela del mítico *film* de sesenta años atrás. En un programa desparejo, se destaca la versión de *Rapsody in Blue* de Gershwin, en el estilo del caricaturista del New York Times, Al Hirschfeld.

2001

Argentina: *Dibu 3, la gran aventura.* De Raúl Rodríguez Peila y Franco Bíttolo.

EE.UU.: Andrew Adamson y Vicky Jenson, contraatacan a la Disney con *Shrek*, técnicamente impecable, intencionada y políticamente incorrecta.

Despertando a la vida (*Waking Life*, Richard Linklater) es un ejemplo único de uso dramático del rotoscopiado y variedad de estilos.

Craig McCracken crea para Cartoon Network *The Powerpuff Girls* (Las Chicas Superpoderosas).

México: *Hasta los huesos*, de René Castillo.

Holanda: *Father and Daughter*, de Michael Dudok de Wik, cumbre de la animación de autor.

Japón: Hayao Miyazaki dirige *El viaje de Chihiro* (*Sen to Chihiro no kamikakushi*), ganadora del Oscar dos años más tarde.

2002

Argentina: *Mercano el marciano* sorprende, primero en TV, después en cine.

Éxito de *El mono Mario*, primero en Internet, después en TV.

EE.UU.: Más animación computada (cgi) en *La era del hielo* (*Ice Age*), de Chris Wedge.

Lilo and Stitch (dir: Dean Deblois y Chris) combina cgi y animación tradicional.

La Disney comienza a coproducir en Japón y Australia secuelas de sus películas clásicas, directa a video home: *La Cenicienta II, La Dama y el Vagabundo II, El jorobado de Notre Dame II, El libro de la selva II*, etc.

2003

Argentina: Tras la muerte de Dante Quinterno, Patagonik avanza con el largo *Patoruzito*, con dirección de José Luis Massa y dirección de animación a cargo de Franco Bíttolo y Alberto Grisolla.

E.E.U.U/Corea/Japón: Desprendimiento del largo *Matrix (The Matrix)* y sus secuelas, la colección de cortos *The Animatrix* tiene difusión por *videohome* y como *webcartoon*.

Buscando a Nemo (Finding Nemo) de Andrew Stanton y Lee Unkrich combina los talentos de la Pixar con algunas pesadillas del viejo Disney y gana el Oscar a mejor *film* de animación.

Tras los pasos de *Roger Rabbit*, pero con cgi, *Looney Tunes: de nuevo en acción! (Looney Tunes Back In Action!* dir: Joe Dante). combina los personajes de la Warner con actores.

Cuba: *Más vampiros en La Habana*, de Juan Padrón.

México: *Magos y Gigantes*, de Andrés Couturier y Eduardo Sprowls.

2004

Argentina: Finalmente se estrena el largo *Patoruzito* para las vacaciones de invierno y es un éxito entre niños de edad preescolar.

Francia/ EE.UU.: el corto *Destino*, proyecto de los cuarenta de Salvador Dalí y Walt Disney (con dibujos de Dalí y John Hench) es finalmente terminado, con ayuda de algo de animación computada.

Índice

Este Libro fue impreso en
Overprint Grupo Impresor S.R.L.
en el mes de Noviembre de 2004
Cantidad de Ejemplares: 1000



Ensayos

Vanguardias argentinas
Ciclo de mesas redondas

La prisión de Cronos
Guilermo Fernández

Imagen, política y memoria
Gerardo Yoel (compilador)

Los manes y desmanes de la neovanguardia
Poéticas latinoamericanas 1944-1977
Edgar O' Hara

Cómo se cuenta la historia
Ciclo de mesas redondas

Una poética activa
Poesía estadounidense del siglo XX
Kevin Power

Herramientas

Cómo se hace una entrevista (en el periodismo cultural)
María Esther Vazquez, Moira Soto, Osvaldo Quiroga, Flavia Costa

Cómo se escribe una obra teatral
Ignacio Apolo, Marcelo Bertuccio, Tulio Stella, Patricia Zangaro

La construcción del personaje en narrativa
Juan Martini, Elvio Gandolfo, María Martoccia, Alberto Laiseca

La iluminación escénica
Ernesto Diz, Sandro Pujía, Eli Sirlin, Gonzalo Córdova

Certezas y controversias
Apuntes sobre la divulgación científica
Eduardo Wolovelsky, Héctor Palma, Diego Golombek, Ana María Vara, Diego Hurtado de Mendoza

Memoria

La mujer del medio
Adriana Amado Suárez

Golpeando las puertas de la TV: crónicas de la fama repentina
Julián Gorodischer

Contra la pared
Sobre graffitis, pintadas y otras intervenciones urbanas
Claudia Kozak

El presente volumen es el resultado de un seminario sobre historia del cine de animación en Argentina, dictado por Raúl Manrupe en 2003, en el Rojas. Propone un exhaustivo recorrido por la producción local, ocupándose de un tema que, salvo casos aislados, carece de historiadores y, por lo tanto, de una historia escrita.


ISBN 987-1075-35-9